

**VIABILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA FINCA ECOTURISTICA EN
EL MUNICIPIO CARMEN DE APICALÁ**

**MARÍA EMILSE NIETO CASALLAS
NELSY ROCIO JIMÉNEZ VILLALOBOS**

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA
BOGOTÁ D.C.**

2018

**VIABILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA FINCA ECOTURISTICA EN
EL MUNICIPIO CARMEN DE APICALÁ**

**MARÍA EMILSE NIETO CASALLAS
NELSY ROCIO JIMÉNEZ VILLALOBOS**

Trabajo de grado presentado para optar al título de Especialista en Gerencia

**Director
Carlos Ricardo Rey Campero**

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA
BOGOTÁ D.C.
2018**

Contenido

1. SELECCION Y DEFINICION	
.....	
.....	10
1.1	
Antecedentes.....	
.....	10
1.2 Formulaci3n	¡Error! Marcador no definido.1
1.3 Objetivo general.....	¡Error! Marcador no definido.
1.4 Objetivos espec3ficos	¡Error! Marcador no definido.2
1.5 Beneficiarios del Proyecto	¡Error! Marcador no definido.
1.6 Descripci3n de la entidad ejecutora	¡Error! Marcador no definido.
1.7 Metodolog3a de la Investigaci3n.....	¡Error! Marcador no definido.
2. RESUMEN EJECUTIVO	¡Error! Marcador no definido.
3. MERCADO	18
3.1 Investigaci3n de Mercado	18
3.2 An3lisis del mercado.....	18
3.2.1 Antecedentes, Situaci3n Actual y Perspectivas del Mercado ...	¡Error! Marcador no definido.0
3.2.1.1 Oferta actual de los hoteles en Colombia.....	¡Error! Marcador no definido.1
3.2.1.2 Nuevos Conceptos Ofrecidos	¡Error! Marcador no definido.2
3.2.2 Sector Econ3mico – Clasificaci3n CIIU.....	26
3.2.3 Estructura del Mercado	¡Error! Marcador no definido.
3.2.4 El Consumidor.....	¡Error! Marcador no definido.9
3.3 Definici3n del Mercado	¡Error! Marcador no definido.0
3.3.1 Segmentaci3n	¡Error! Marcador no definido.0
3.3.2 Mercado Potencial, Disponible y Meta	¡Error! Marcador no definido.2
3.3.3. Mercado Meta	¡Error! Marcador no definido.3
3.4 Determinaci3n de la Demanda.....	¡Error! Marcador no definido.4
3.5 An3lisis de la Oferta	¡Error! Marcador no definido.5
3.5.1. Listado de Oferentes	¡Error! Marcador no definido.5

3.5.2. Composición	¡Error! Marcador no definido.	6
3.5.3. Características Cualitativas	¡Error! Marcador no definido.	7
3.6 Estrategia Comercial	¡Error! Marcador no definido.	
3.6.1 Producto	¡Error! Marcador no definido.	7
3.6.2 Precios	¡Error! Marcador no definido.	
3.6.3 Promoción y Publicidad	¡Error! Marcador no definido.	1
3.6.4 Canales de Distribución	¡Error! Marcador no definido.	3
3.7 Proyección de las Ventas	¡Error! Marcador no definido.	
4. ESTUDIO TÉCNICO	¡Error! Marcador no definido.	6
4.1 Descripción del producto	¡Error! Marcador no definido.	
4.2 Diseño y Estado Actual.....	¡Error! Marcador no definido.	
4.2.1 Identificación y Descripción del Proceso Productivo		47
4.3 Recursos Necesarios (materia prima, insumos, mano de obra y maquinaria y equipos)	¡Error! Marcador no definido.	8
4.4 Determinación del tamaño o capacidad	¡Error! Marcador no definido.	9
4.4.1 Unidad de medida.....	¡Error! Marcador no definido.	
4.4.2 Capacidad del proyecto		51
4.4.3 Capacidad utilizada		52
4.5 Localización		52
4.6 Inversiones y costos	¡Error! Marcador no definido.	
4.6.1 Inversiones	¡Error! Marcador no definido.	
4.6.2 Costos.....		57
4.7 Impacto Ambiental	¡Error! Marcador no definido.	
5. GESTIÓN Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..	¡Error! Marcador no definido.	
5.1 Planeación estratégica.....	¡Error! Marcador no definido.	
5.1.1 Análisis DOFA.....		60
5.1.2 Misión y visión empresarial	¡Error! Marcador no definido.	1
5.1.3 Definición de Objetivo		62
5.2 Equipo gerencial y organigrama		62
5.2.1 Estructura organizacional		62
5.2.2 Definición y descripción de cargos		63

6.	ASPECTOS LEGALES	65
6.1	Requerimientos legales para el inicio del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
6.1.1	Inscripción en Registro Mercantil	¡Error! Marcador no definido.
6.2	Marco jurídico del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2.1	Trámites, Liencias y Permisos	67
6.3	Aspectos tributarios	¡Error! Marcador no definido.
6.3.1	Impuestos nacionales, departamentales, distritales y municipales.....	¡Error! Marcador no definido.
6.4	Aspectos laborales	¡Error! Marcador no definido.
6.4.1.	Relación laboral	¡Error! Marcador no definido.
6.5.	Seguros	¡Error! Marcador no definido.
7.	ANÁLISIS FINANCIERO	73
7.1	Definición de las variables macroeconómicas	¡Error! Marcador no definido.
7.2	Presupuesto de Inversión	74
7.2.1	Activos fijos	74
7.2.2	Intangibles	¡Error! Marcador no definido.
7.2.3	Capital de trabajo..	¡Error! Marcador no definido.
7.3	Presupuesto de ingresos, costos y gastos	¡Error! Marcador no definido.
7.3.1	Ingresos operacionales	76
7.3.2	Gastos de Prestación del Servicio/Costos	¡Error! Marcador no definido.
7.3.3	Gastos administrativos	78
7.3.4	Gastos de ventas	79
7.3.5	Depreciaciones	¡Error! Marcador no definido.
7.3.6	Amortizaciones.....	¡Error! Marcador no definido.0
7.4	Horizonte de evaluación y valor de Recuperación	¡Error! Marcador no definido.
7.4.1	Horizonte.....	¡Error! Marcador no definido.
7.4.2	Recuperación de activos.....	¡Error! Marcador no definido.
7.5	Factibilidad financiera	¡Error! Marcador no definido.
7.5.1	Flujo de caja libre del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
7.5.2	Criterios de evaluación.....	¡Error! Marcador no definido.
7.5.3	Análisis de sensibilidad.....	¡Error! Marcador no definido.4

7.6	Viabilidad financiera.....	¡Error! Marcador no definido.
7.6.1	Fuentes de financiación y estructura de capital.....	84
7.6.2	Flujo de caja del pasivo.....	¡Error! Marcador no definido.
7.6.3	Flujo de caja de los accionistas	87
7.6.4	Criterios de evaluación.....	¡Error! Marcador no definido.
8.	IMPLEMENTACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
8.1	Alcance	¡Error! Marcador no definido.
8.2	Tiempo de Ejecución	91
8.3	Costo	92
	Conclusiones	93
	Referencias.....	96

Lista de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1 Cronograma de Actividades	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 Metodología.....	¡Error! Marcador no definido.5
Tabla 3 Población por estrato socioeconómico según UPZ 2009	31
Tabla 4 Tunjuelito. Número de hogares por estrato socioeconómico según UPZ 2009	3¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 Mercado Potencial	33
Tabla 6 Mercado Meta.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7 Demanda de Servicio.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8 Demanda de Servicio Municipio	36
Tabla 9 Infraestructura Hotelera.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10. Proyección Precio Huesped.....	40
Tabla 11. Proyección Precios Pasadia	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 12 Gastos de Publicidad	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 13 Proyección de Ventas	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14 Capacidad Instalada.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 15 Demanda de Servicio.....	51
Tabla 16 Demanda de Servicio Temporada Baja	51
Tabla 17 Capacidad utilizada	52
Tabla 18 Inversión Inicial.....	54
Tabla 19 Total de Costo del Servicio	57
Tabla 20 Descripción de Costos	58
Tabla 21. Análisis DOFA	60
Tabla 22 Variables Económicas	73
Tabla 23 Costo del Activo	74
Tabla 24 Intangibles	75
Tabla 25 Capital de Trabajo	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26 Proyección de Ventas Hospedaje	76
Tabla 27 Proyección de Ventas Estacional.....	76
Tabla 28 Gastos de Prestación del Servicio Anual.....	77
Tabla 29 Gastos de Administración.....	789
Tabla 30 Otros Gastos	79
Tabla 31 Gastos de Venta.....	79
Tabla 32 Depreciaciones	80
Tabla 33 Recuperación de Activos	81
Tabla 34 Flujo de Caja Libre.....	82
Tabla 35 Criterio de Evaluación	83
Tabla 36 Criterios de Evaluación a 10 años	84

Tabla 37 Financiación Inicial	85
Tabla 38 Financiación Entidad Financiera	85
Tabla 39 Tabla Amortización del Crédito a 10 años	86
Tabla 40 Estado de Resultados	87
Tabla 41 Indicadores Financieros	87
Tabla 42 Flujo de Caja Libre a 10 años escenario 1	88
Tabla 43 Flujo de Caja Libre a 10 años escenario 2	89
Tabla 44 Indicadores Flujo del Accionista	92

Ilustraciones

Ilustración 1. Logo de la Finca Ecoturística	39
Ilustración 2. Flujo Operacional Finca Ecoturística	47
Ilustración 3. Ubicación Vereda el Mortiño.	52
Ilustración 4. Ubicación Carmen de Apicalá.....	52
Ilustración 5. Estructura Organizacional.	62
Ilustración 6. Tiempo de Ejecuciónn del Proyecto... ..	¡Error! Marcador no definido.

1. SELECCIÓN Y DEFINICIÓN

1.1. Antecedentes

El municipio del Carmen de Apicalá se encuentra a 130 km aproximadamente de Bogotá, la capital de Colombia. Su temperatura promedio es de 28°C y se encuentra en un corredor vial que lo conecta con otros municipios con trayectoria turística como lo son Melgar y Girardot, que si bien han trabajado en impulsar este sector, no consideran el turismo como una actividad económica relevante, (Secretaría de Planeación y Tic, 2015).

El Carmen de Apicalá se ha caracterizado por ser un punto de peregrinación por la Virgen del Carmen, patrona de los conductores, quienes el 16 de julio escogen el municipio como destino y aumentan la cantidad de visitantes al mismo. Por esto, en la estrategia de desarrollo del municipio, se plantea “Gestionar el desarrollo de proyectos de conectividad y emprendimiento donde la población adquiera formación que permita la competitividad en turismo religioso familiar y de aventura, desarrollo artesanal, micro empresarial y de servicios (Concejo Municipal Carmen de Apicalá, 2012).

Además, ya que el Carmen de Apicalá contempla al turismo como uno de los puntos más importantes a trabajar en su Plan de Desarrollo. Es evidente que desde su administración existe un interés por impulsar el turismo y capacitar a los habitantes del municipio en proyectos de emprendimiento y servicio al cliente.

“Impulsaremos el Ecoturismo en nuestro Municipio, mediante la capacitación de ciudadanos comprometidos y con vocación ambiental y ecoturística” (Concejo Municipal Carmen de Apicalá, 2012).

Teniendo en cuenta la existencia de un interés por revitalizar el turismo ecológico al interior del municipio, cabe resaltar que este cuenta con atracciones naturales como las Cavernas de la Floresta, donde hay ríos subterráneos y cascadas donde se puede realizar rápel, entre otras actividades extremas. En este lugar se pueden realizar caminatas por senderos rodeados de la naturaleza, o disfrutar de un baño en manantiales de agua cristalina., (Concejo Municipal Carmen de Apicalá, 2012).

Además de los atractivos naturales mencionados anteriormente, el estilo de vida al interior del Carmen de Apicalá, un pueblo de clima cálido de tradición agrícola, presenta en sí mismo atractivos que van desde la crianza de animales, recolección en árboles frutales y contacto con entornos netamente naturales.

Estos antecedentes y contexto en la región evidencian el hecho de que actualmente las condiciones son propicias para desarrollar un proyecto de finca ecoturística y sostenible en el Carmen de Apicalá. Proyecto pensado para brindar experiencias campestres a los turistas de la región.

1.2. Formulación

Las tendencias de preferencia hacia un turismo ecológico van en aumento. Sin embargo, los hoteles que actualmente funcionan en el municipio de Carmen de Apicalá no cumplen con las expectativas del tipo de turista ecológico. Por lo mismo, la puesta en marcha de un hotel ecoturístico en Carmen de Apicalá en el Tolima, es una oportunidad de negocio clara y prometedora. Eso sin tener en cuenta que influiría positivamente en la población local al ser un nuevo integrador social y laboral en la zona.

De esta forma, por medio de la siguiente investigación queremos responder a la pregunta:
¿Es posible, factible y viable la realización de una finca ecoturística amigable con el medio ambiente y con la sociedad en Carmen de Apicalá?.

1.3. Objetivo general

Analizar y evaluar mediante un estudio de mercado, técnico, de gestión la viabilidad para la construcción de una finca eco-turística que genere experiencias de vida campestre en el municipio de Carmen de Apicalá - Tolima, vereda el Mortiño.

1.4. Objetivos Específicos.

- Establecer un estudio de mercado que permita determinar el tipo de consumidor, la demanda, la oferta y la estrategia comercial.
- Analizar los servicios ofrecidos por hoteles, quintas campestres de la misma índole, para identificar la competencia y a partir de este estudio definir la mejor estrategia de mercado.
- Definir las características únicas de la finca ecoturística, el perfil del personal que ofrecerá los servicios, como un factor de éxito.
- Establecer las características de infraestructura y funcionamiento de la finca ecoturística, con factores diferenciadores en calidad en el servicio e instalaciones.
- Identificar los aspectos legales y de legislación rural para la correcta creación de la finca eco-turística, al igual que el impacto social y ambiental.

- Identificar las características económicas del proyecto, en cuanto a inversión de activos y capital de trabajo, y a partir de este estudio realizar la evaluación financiera del proyecto teniendo en cuenta los diferentes tipos de riesgos y la proyección de ventas.

1.5. Beneficiarios del Proyecto

El proyecto de la finca eco-turística, es una idea que nace a partir de dos socios inversionistas cuyo interés es mejorar las opciones de alojamiento y entretenimiento en el municipio del Carmen de Apicalá.

Entre los principales beneficiarios del proyecto se encuentran:

- Creadores del proyecto
- Clientes: Residentes de los municipios de Carmen de Apicalá, Girardot, Melgar, Bogotá y Turistas nacionales e internacionales.
- Habitantes de la región al hallar una nueva fuente empleo.

1.6. Descripción de la Entidad Ejecutora

El proyecto será ejecutado por un grupo de dos estudiantes de la especialización en Gerencia de la Universidad Externado de Colombia, quienes como producto de su emprendimiento, realizarán las correspondientes investigaciones y desarrollarán el proyecto invirtiendo sus propios recursos, tanto intelectuales como económicos. Los integrantes del equipo de proyecto son: Nelsy Rocío Jiménez Villalobos: Administradora y María Emilce Nieto Casallas: Contador Público.

1.7. Metodología de la investigación

El proyecto se soportará bajo un documento escrito, el cual se generará y construirá mediante cinco informes que serán revisados por el profesor de la asignatura Formulación y Evaluación de Proyectos, siendo desarrollado bajo el siguiente programa:

Tabla 1.

Cronograma de Actividades

Contenido		SEPTIEMBRE			OCTUBRE			
		S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Selección de un proyecto							
2	Definición de un proyecto							
3	Estudio de Mercado							
4	Estudio Técnico							
5	Diseño Organizacional							
6	Análisis Financiero							
7	Evaluación, Social y Ambiental							
8	Implementación							
9	Resumen ejecutivo							

Fuente: elaboración propia.

Los pasos para cumplir con el objetivo principal se sintetizan en la siguiente tabla, en la cual se realizaron visitas de campo, es decir se visitarán los hoteles y fincas de la zona y se realizarán entrevistas semi estructuradas, estas con el fin de profundizar en el conocimiento de ciertos temas.

Tabla 2**Metodología**

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS	FUENTES DE INFORMACION
Desarrollar un estudio de mercado que permita evaluar el grado de aceptación del proyecto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planteamiento y argumentación del proyecto. 2. Perfil del consumidor. Mercado 3. Objetivos. 4. Estrategias de Mercadeo. 5. Descripción y justificación del proyecto. 6. Análisis del sector y competencia. 	Entrevistas, Visitas de campo. Benchmarking de los diferentes hoteles de la zona. Análisis DOFA	Fuentes primarias y secundarias de información.
Elaborar un estudio económico y financiero para minimizar los riesgos y mejorar la factibilidad del Proyecto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estimación del monto de inversión 2. Capital de trabajo y posibles fuentes de financiación. 3. Proyección de ventas y gastos. 4. Análisis de costos Operativos. 	Estructura de Costos Listado de materiales. Presupuesto del proyecto. Balance General. Flujo de caja.	Proyección del Mercado, de producción, ventas. Planeación Financiera. Estados de Resultados. Flujo de Tesorería. Balance General.
Identificar los apoyos de personal, de entidades, y de instituciones necesarias para el desarrollo del Proyecto.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis social. 2. Análisis político 3. Análisis económico y ambiental 4. Distribuidores. 5. Organización. 6. Personal. 	Instrumentos relacionados con relaciones humanas	Fuentes primarias y secundarias de información.
Trámites necesarios para la constitución e implementación del proyecto.	Aspectos Legales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) Comerciales (Nit,)	Legislación Hotelera Colombiana. Cámara de Comercio. Ministerio de Comercio industria y Turismo.	Fuentes primarias y secundarias de información.

Fuente: elaboración propia.

2. RESUMEN EJECUTIVO

La finca ecoturística “El Descanso” es un plan de negocio creado y planificado en el 2017 por María Emilce Nieto y Nelsy Rocío Jiménez, destinado a realizarse en el municipio de Carmen de Apicalá (Tolima).

El Descanso buscará proveer a sus clientes una experiencia natural, novedosa y creativa donde predomine el buen servicio, acompañado de un excelente ambiente campestre y prácticas que van en pro de la salud, del aprovechamiento de los ecosistemas de la región, bajo un alto grado de responsabilidad social.

Los huéspedes de la finca eco-turística tendrán el privilegio de contar con un portafolio variado de actividades, lo cual es un plus muy importante al considerar que hay diferentes gustos y edades. Entre las principales actividades que podrá ofrecer se encuentra el Spa con masajes con minerales, e hidroterapia (jacuzzis de relajación), también se contará con cabalgatas, caminatas ecológicas, visita al Parque Nacional del Agua aprovechando su cercanía y la alianza comercial. Es importante mencionar que habrá un acompañamiento personalizado debidamente capacitado para que la estadía de los huéspedes sea lo más placentera posible.

Se optará por contratar personal del municipio de Carmen de Apicalá a fin de fomentar el progreso del municipio.

Inicialmente se hará una inversión de \$564 millones pesos divididos en terreno, construcción y aprovisionamiento de la finca ecoturística, El 70% de la inversión se realizara mediante un crédito financiero con entidad financiera y el 30% mediante los aportes de socios al capital.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Investigación de mercados.

La investigación de mercado ayudará a evaluar si la finca eco-turística El Descanso es comercialmente viable, con este estudio también se busca confirmar la necesidad existente que deseamos satisfacer.

Para el presente proyecto las herramientas de investigación utilizadas fueron:

- Una encuesta considerada una fuente directa cliente externo.
- Estudios de población como fuente documental externa.
- Documentos de la alcaldía del municipio Carmen de Apicalá como fuente documental externa.

3.2. Análisis de Mercado.

«El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros» (OMT, 2008)

El país tiene muchos sectores que cuentan con el potencial para ser competitivos y de talla mundial. (El Espectador, 2017) Uno de los principales sectores donde Colombia puede explotar todo el potencial que tiene es el turismo, no solamente un turismo de playa y mar sino también que tengan otros enfoques, de modo que se aproveche las características de nuestro país, como lo es su cultura, sus paisajes y sus actividades naturales. (El Espectador, 2017)

El sector comercio, restaurantes y hoteles representa el 12,1% del PIB y es la tercera rama de actividad económica de acuerdo a la participación en el producto y en la última década el sector de hotelería y restaurantes se ha expandido a una tasa promedio del 4,9%, superior a la del promedio de la economía que se ubicó en el 4% (Revista Dinero, 2015).

El turismo nacional ha tenido un comportamiento favorable los últimos años, en 2016 llegaron por vía aérea 5.092.052 turistas al país, creciendo 14.5% en comparación con el año anterior, es decir que llegaron 645.606 viajeros más que en el 2015. En el segundo semestre del año 2016 aumentaron en un 2,9% las salidas de pasajeros en los seis principales terminales de transporte, entre enero a diciembre salieron de las terminales de transportes 77.782.809 personas (Presidencia de la República, 2017).

Según el diario El Espectador, en su análisis del último informe del DANE, el motivo de mayor participación en el sector fue el siguiente: En junio de 2017. “El principal motivo de viaje de los huéspedes alojados en los hoteles fue ocio (46,8%), seguido de negocios (41,8%), convenciones (6,5%) y otros (4,9%)” (El Espectador, 2017).

“El Ministerio de Transporte calculó una movilización de cerca de 9’710.000 vehículos en todo el país. De acuerdo con la Organización Mundial Del Turismo las perspectivas de crecimiento sostenido del turismo en la mayor parte de los principales destinos para este mes de agosto de 2017 son muy positivas. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron en 6% en el periodo enero-abril de 2017, en comparación con el mismo periodo del año pasado, y la confianza empresarial alcanzó el más alto nivel en un decenio” (Mincomercio Industria y Turismo, 2017)

Sin duda, el sector turístico en Colombia se encuentra en auge y representa un aporte considerable al PIB del país. (Mincomercio, industria y turismo, 2015)

Es claro que hasta el momento el turismo está trayendo cientos de personas extranjeras, como a su vez, está generando movilizaciones marcadas a lo largo del país. Por lo anterior consideramos que el mercado turístico en Colombia presenta condiciones propicias para el desarrollo de proyectos hoteleros, pues uno de los sellos principales del país en el exterior, es su reconocimiento como destino turístico.

3.2.1. Antecedentes, Situación Actual y Perspectivas del Mercado.

El fortalecimiento del sector hotelero en Colombia se ha dado de la mano del sector turístico del país debido a que desde sus inicios este ha dependido directamente de su desarrollo y funcionamiento. En Colombia el turismo empezó a dejar huella desde el año 1954 cuando fue creada formalmente la Asociación Colombiana de Hoteles (ACOTEL) en Barranquilla por John Sutherland, Gerente del Hotel Tequendama. Esta asociación fue creada con el objetivo de promover y defender los intereses del gremio hotelero frente a las entidades oficiales y privadas del país (Escolme).

La realización de estas asociaciones le dio al sector un gran impulso económico. Les permitió fortalecerse como industria y promovió el desarrollo turístico de la región, ya que no solo velaban por sus intereses propios, su fortalecimiento permitió ofrecerles a los turistas una amplia y mejor calidad en sus servicios. (Escolme)

La actividad hotelera se ha convertido en una de las más dinámicas de la economía colombiana en la última década. Por un lado, la construcción de los hoteles ha generado más de 100.000 empleos, en tanto que las 32.553 habitaciones nuevas son atendidas por unas 25.000 personas, de manera permanente, si se tiene en cuenta que, en promedio, una habitación requiere de 0,8 empleados para su atención (Revista Portafolio, 2016)

“El año pasado, el sector turístico colombiano generó más divisas que el café, al acumular ingresos por 4.980 millones de dólares, en actividades asociadas al sector. El boom de la infraestructura hotelera se ha registrado en los 32 departamentos del país. Además de la capital colombiana, se destacan los proyectos terminados en Antioquia, Bolívar, Atlántico, Santander, Valle del Cauca y Casanare” (Revista Portafolio, 2016).

Según datos reportados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se indica que el sector turístico estima que Colombia en el 2017 superará los US\$5.000 millones en ingresos por concepto de turismo. Según la Revista Portafolio, “La razón: hasta septiembre el acumulado era de US\$3.954 millones. Solo en el tercer trimestre, los ingresos de divisas por transporte de pasajeros y viajes sumaron US\$1.343 millones. Y en el primer semestre alcanzaron los US\$2.610 millones”, (Revista Portafolio, 2016).

Lo anterior hace del sector turístico y hotelero el segundo generador de divisas en Colombia después del petróleo. Ha impulsado la inversión en proyectos hoteleros y estimulado la apertura de rutas de vuelos.

3.2.1.1. Oferta actual de los hoteles en Colombia

El sector hotelero de Colombia es uno de los sectores que hoy en día se ha encargado de impulsar la economía en todo el país, actualmente nos encontramos frente a llegada de grandes cadenas hoteleras internacionales como la Marriot, Hilton, Ibis entre otras que conforman un grupo selecto de las mejores del mundo. Este fenómeno ha sido consecuencia de la expansión, la reforma de los hoteles colombianos pequeños y medianos y la aparición de nuevos inversionistas que se suman al aumento de la oferta.

En consecuencia, “el porcentaje de ocupación hotelera fue 55,1% en junio de 2017, lo que representa el nivel más alto en el mismo año en la serie histórica, según cifras reveladas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística”. (Mincomercio Industria y Turismo, 2017).

3.2.1.2. Nuevos Conceptos Ofrecidos

La siguiente información fue suministrada por el profesor dominicano Francisco Montas. Aquí se plantean algunos de los tipos de hotelería que se han dispuesto dependiendo de las necesidades del turista y el aprovechamiento del entorno. (Montas, 2008)

- **Hoteles de cadena.** Son un conjunto de hoteles que pertenecen a una misma marca o empresa esta agrupación se realiza bajo diferentes fórmulas de propiedad y de gestión. Generalmente los hoteles que pertenecen a las cadenas se encuentran distribuidos en diferentes países si son cadenas internacionales o en diferentes ciudades se esta es una cadena nacional. La finalidad de esta agrupación es lograr mayor participación y posicionamiento en el mercado generado por una mayor

situación de poder y control, obteniendo como resultado prestigio en el mercado nacional e internacional y una mayor rentabilidad.

Actualmente en Colombia hay varias cadenas internacionales y nacionales de primera categoría como Hilton, Sheraton, Marriot, Holiday Inn, Decamerón, Hoteles Estelar, Cadena Dann, Hoteles Royal, Hoteles GHL, Starwood Hotels and Resorts, Al Hotel, entre otras. La oferta va desde hoteles de tres hasta de cinco estrellas.

- **Hoteles boutique.** Este término nace en los años 80 en Estados Unidos como una necesidad latente en el sector turístico, la estandarización de los hoteles, generada por la oleada de los grandes hoteles de cadena, dejó un vacío en el sector y le dio paso a un nuevo concepto caracterizado por ofrecer un estilo y carácter que los hacía únicos. Las principales características de estos hoteles son su particular ubicación, diseño poco convencional y la calidad en su servicio personalizado. El término Boutique fue dado debido a que la utilidad de estos hoteles puede ser adquirida por los huéspedes, cualquier pieza puede ser vendida en el momento que estos lo deseen.

Por lo general son hoteles pequeños, los clientes de los hoteles boutique van en búsqueda de privacidad, los servicios personalizados, ambientes modernos y de lujo. Este segmento de mercado es de gran poder adquisitivo, no estacional, muy elástico y repetitivo.

- **Pequeños hoteles con encanto.** Este es un nuevo concepto de hoteles que presentan las características de hoteles tipo boutique, estos hoteles ofrecen un alto nivel de exclusividad y estilo que se caracterizan principalmente por sus altos estándares de calidad, diseño y comodidad.

Los pequeños hoteles con encanto pueden encontrarse en diversos lugares del país, ya sea en destinos tradicionales, novedosos o escenarios naturales e históricos como Barichara, Mesa de los Santos, Providencia y Santa Marta, además en destinos de negocios para ejecutivos como Medellín y Bogotá. Este tipo de establecimientos se pueden clasificar desde los internacionalmente lujosos hasta los atractivamente sencillos, históricos, modernos, rurales o urbanos en la parte de su diseño, así como los diferentes servicios que estos ofrecen y sus tarifas. Actualmente no hay ningún organismo y ninguna Ley que contemple a los pequeños hoteles con encanto dentro de las categorizaciones de hoteles.

- **Hoteles independientes.** Los hoteles independientes son aquellos que no pertenecen a ninguna cadena o multinacional, lo cual les permite ser totalmente autónomos, ya que no tienen que seguir ningún tipo de gestión específica, es decir que tienen total libertad de actuar en el momento de elegir los servicios que deseen prestar y el trato que tendrán con los huéspedes. Por lo general los hoteles independientes se encuentran ubicados en lugares estratégicos de las ciudades, cerca de sectores de afluencia turística o de negocios ya que en su mayoría reciben turismo por temporadas.

- **Hoteles de naturaleza.** Actualmente la demanda turística ecológica ha aumentado, así como la concientización hacia el medio ambiente por parte de los turistas, este nuevo concepto de hoteles, nace debido a la necesidad de satisfacer esta nueva demanda. Este concepto nos habla de hoteles ambientalmente responsables, cuya característica principal es seguir las prácticas de la vida verde. Estos hoteles están situados cerca de zonas naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas. Las principales características que debe cumplir un hotel de naturaleza son: Aislamiento y orientación adecuados (el consumo para calefacción y refrigeración debe ser mínimo o nulo), No debe estar situado en sitios turísticos con mucha densidad de población, La mayor cantidad de energía que utilice debe ser solar, La alimentación es otro factor importante que debe poder ofrecer un “eco hotel”, ésta debe ser agro ecológica, Deben cumplir con normas bioclimáticas.
- **Hoteles gastronómicos.** Son Hoteles que se caracterizan por ofrecer una oferta gastronómica exclusiva que se presenta como la principal del establecimiento. Poseen una cuidada cocina creativa con influencia internacional en sus restaurantes, degustación de diferentes estilos culinarios y una variada selección de vinos.
- **Hoteles rurales.** Son hoteles que se encuentran situados en terrenos rústicos o rurales. Por lo general son edificaciones tradicionales rehabilitadas y en ocasiones incluyen o están próximas a explotaciones agropecuarias (Montas, 2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, la finca eco-turística El Descanso pretende desarrollar una combinación de los conceptos de hotelería de la naturaleza y el hotelería rural. El componente eco-turístico se refleja en la los hoteles de la naturaleza por el contacto con el medio ambiente de una manera responsable. Sin embargo, muchas de las experiencias que se plantean con este proyecto tienen que ver más con un relacionamiento campestre, muy relacionado con las tradiciones y el modo de vida de los habitantes del sector.

3.2.2 Sector Económico – Clasificación CIIU

Actualmente el sector hotelero y turístico ha tenido un crecimiento gigante, el auge se ha debido principalmente a la aplicación de la ley 300 de 1996 “La ley General del turismo”, la cual fomento el desarrollo y alentó la inversión extranjera en nuevos proyectos, esta ley le permitirá durante treinta años a todos aquellos inversionistas la oportunidad de entrar al mercado con beneficios tributarios importantes como lo es el no pago de impuestos. La aplicación de esta ley contribuyo a que las cadenas hoteleras más importantes de la región y del mundo se sintieran atraídos por nuestro país para realizar grandes proyectos en las principales ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena entre otras.

El crecimiento del sector ha sido muy alentador durante los últimos veinte años, colocando el sector hotelero como unos de los principales motores de la economía colombiana.

“Todo esto con el objetivo de incentivar y planificar un mejor desarrollo turístico el gobierno colombiano, a través del MCIT, estableció políticas de turismo cultural y ecoturismo. El principal objetivo de las políticas de turismo cultural es posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional a través del aprovechamiento de su biodiversidad y riqueza cultural, generando dinámicas de desarrollo

local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones. Para el desarrollo del ecoturismo en Colombia” (Zuñiga, 2015).

3.2.3 Estructura del Mercado

Actualmente Colombia se ha logrado destacar como un ejemplo de infraestructura hotelera, con modernas y novedosas construcciones, donde se cabe resaltar los diseños y materiales que siguen tendencias internacionales y compiten en estándares mundiales.

En materia de desarrollo turístico, el país ha decidió implementar una estrategia de internacionalización, que le permita mostrar mundialmente la belleza natural y cultural del país, así como la capacidad de ser sede de importantes eventos de talla internacional, dejar conocer también la calidad en la construcción de hoteles y la especialización en el ofrecimiento de los servicios. (Mincomercio Industria y Turismo, 2017)

El plan de gobierno actual diseño siete estrategias que incluye : buen gobierno, infraestructura turística, conectividad, productividad empresarial, competitividad en destinos y productos, promoción y mercadeo, y estudio e investigación aplicados. (Granados)

En el área de infraestructura se busca mejorar la gestión de soporte y conectividad para el turismo, así como gestionar más incentivos para la remodelación y ampliación de la planta hotelera, también se declararán zonas de desarrollo turístico prioritario incluyendo zonas de

playa, prestándoles apoyo para que se conviertan en polos generadores de demanda turística, como en Cartagena donde buscando una mejor organización de sus playas se comenzara un plan de capacitación de los vendedores para mejorar la calidad de los servicios para los visitantes.

Debido al crecimiento del sector hotelero y el fuerte impacto que ha tenido en la economía nacional, se ven a futuro grandes oportunidades de inversión.

Por lo tanto, uno de los retos del país está en aprovechar la riqueza de los recursos naturales para hacer turismo con muy buena infraestructura, presentando propuestas como un sello único (Marca País), la cual permitirá ofrecer temáticas especiales y ambientes diferentes, ya que lo buscan los clientes hoy en día es infraestructura moderna, de excelente calidad y con propuestas novedosas.

Además de la importancia de la infraestructura, debe reconocerse también que el sector hotelero debe estar atento las necesidades básicas que buscan compensar los turistas, donde uno de los factores más relevantes está en la ubicación, ya que puede brindarle mucha seguridad y comodidad. (Granados)

La estructura de competencia es monopolística considerando que, en hotelería, la zona del Carmen de Apicalá presta servicios de hospedaje básicos que pueden ser sustituidos entre los oferentes con un leve factor diferenciador, no existen barreras de entrada ni de salida en el sector hotelero.

La competencia monopolística se basa en los siguientes supuestos: 1. Un mercado en competencia monopolística está formado por un grupo de empresas que venden productos diferenciados que son sustitutivos cercanos. 2. Existe libertad de entrada y salida de empresas en la industria. 3. Existen muchos compradores y vendedores. 4. Existe uniformidad entre las diversas empresas que componen el grupo (industria) en lo que se refiere a la demanda y a las funciones de costes. 5. Existe perfecta simetría entre las empresas que integran la industria (cada empresa compite por igual con todas las demás empresas del mercado). (Chamberlin, 1933).

3.2.4. El consumidor

El perfil de cliente son familias, residentes en Bogotá y alrededores, y turistas amantes de la naturaleza, que disfrute del ecoturismo, cuya característica principal es la búsqueda de nuevas experiencias cerca de la naturaleza y necesidades de descanso.

El consumidor del servicio integral que ofrecerá la finca eco turística El Descanso es una persona con un nivel cultural medio en cuanto a la importancia de la naturaleza, que disfrute del ecoturismo y la relajación obtenida por los servicios de tipo campestre.

También es un consumidor del buen servicio que se puede obtener con la misma calidad que en un Hotel de carácter internacional a la medida del enfoque ofertado para resolver y satisfacer todas sus necesidades de descanso.

Entre los principales servicios que se ofrecerá la finca eco-turística El Descanso se encuentran:

- Alojamiento
- Spa (Masajes de relajación e Hidroterapia)
- Piscina para adultos y niños
- Jacuzzi
- kiosco de juegos
- Zona de BBQ
- Parqueadero con espacio para 10 vehículos
- Caminatas Ecológicas.
- Vistas guiadas a parque , quebradas y ríos
- Bici recorrido a zonas verdes y al pueblo.

3.3. Definición del Mercado

Teniendo en cuenta la ubicación del proyecto con respecto a las ciudades principales que lo rodean, tomamos Bogotá como el foco de mercado objetivo. Dentro de Bogotá, analizando las vías de salida más cercanas al municipio de Carmen de Apicalá, la Localidad Tunjuelito se hace estratégica por su comunicación con la autopista sur, salida principal para dirigirse a la zona del Tolima.

3.3.1. Segmentación

La Localidad Tunjuelito cuenta con 202.119 habitantes según el censo general del 2005, que representan el 2,8% del total de la población de Bogotá, (Secretaría Distrital de Planeación, 2009). La localidad se divide en dos Unidades de Planeación Zonal (UPZ), entendidas como conjuntos de barrios que concentran a su vez distintos estratos. Estas UPZ son Venecia y Tunjuelito. La primera cuenta con 36 barrios y la segunda con 16.

Al interior de la localidad, según cifras de la Secretaría Distrital de Planeación, el 33,1% de habitantes son estrato medio bajo.

Tabla 3.

Población por estrato socioeconómico según UPZ 2009.

UPZ	ESTRATOS				
	Sin estrato	Bajo – Bajo	Bajo	Medio - Bajo	Total
42 Venecia	1.515		78.701	64.204	144.420
62 Tunjuelito	54	38	54.927	2680	57699
Total	1569	38	133.628	66.884	202.119

Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2009.

La UPZ Venecia concentra así, el 96 % de la población de estrato medio – bajo con un total de 64.204 personas que conforman 19.013 hogares según las cifras.

Tabla 4.

Tunjuelito. Número de hogares por estrato socioeconómico según UPZ 2009.

UPZ	ESTRATOS				
	Sin estrato	Bajo – Bajo	Bajo	Medio - Bajo	Total
42 Venecia	355		23.544	19.013	42.912
62 Tunjuelito	20	9	16.053	742	16.824
Total	375	9	39.597	19.755	59.736

Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2009.

El proyecto de la finca eco turística El Descanso está pensado para grupos familiares. La segmentación enfocada en la Localidad Tunjuelito, específicamente la UPZ Venecia. Es relevante hallar los hogares que la conforman y dentro de estos hogares, entender cuáles presenta ingresos superiores a los necesarios para costear recreación.

Según el DANE, la cifra de hogares dentro de la localidad se redujo a 50.302 de acuerdo a la encuesta de Calidad de Vida 2007, de los cuales 6.908 (13,7%) reportó que sus ingresos lograban cubrir más que sus gastos mínimos (DANE, 2008).

Considerando que los hogares de la UPZ Venecia en el censo del 2005 participan con un 71% del total de la población de la Localidad de Tunjuelito, se puede calcular con base a los 6.908 hogares con ingresos para costear gastos superiores a los mínimos, que 4.905 hogares con esta característica corresponderían a la UPZ Venecia.

En conclusión, este grupo de hogares son aquellos con capacidad de invertir parte de sus ingresos en recreación, categoría enfoque de nuestro proyecto turístico. Por lo mismo, trabajaremos sobre esta muestra poblacional para realizar los estudios posteriores tipo encuesta que nos revelen datos más específicos para llegar a nuestro mercado meta.

3.3.2. Mercado Potencial, Disponible y Meta

Para definir el mercado potencial, se utilizó un método de investigación cuantitativo como la encuesta aleatoria. Esta se realizó a un a un grupo de 10 personas mayores de 18 años con ubicación en el barrio Nuevo Muzú, Estrato 3, de la Localidad Tunjuelito, UPZ Venecia, de Bogotá.

El propósito del cuestionario es identificar las preferencias de los viajeros al momento de decidir dónde hospedarse, en qué lugar y en compañía de quién lo harían. La encuesta se realizó a los clientes del supermercado “Maru” (Cra. 61 D # 52-03 sur). Ver anexo 1. Modelo de Encuesta.

La finca eco turística El Descaso supliría los siguientes intereses: hospedaje en Cabañas tipo campestre (60%), viajar en familia (70%), una zona cercana a Bogotá, con preferencia en el Tolima (70%).

De acuerdo con las cifras anteriores, podemos determinar el mercado potencial tras aplicar a los 4.905 hogares segmentados, el porcentaje de interés detectado en la encuesta, tal como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 5.

Mercado Potencial

SEGMENTACIÓN HOGARES	4.905
Interés 1: Hotel Campestre	60%
Interés 2: Viajar al Tolima	70%
Interés 3: Viajar en Familia	70%
Mercado Potencial	1.442

Fuente: elaboración propia.

De esta forma, se define el mercado potencial y disponible corresponde a **1.442 hogares** de la UPZ Venecia, perteneciente a la Localidad Tunjuelito de Bogotá.

3.3.3 Mercado Meta

De los 1.442 hogares de la UPZ Venecia, se determina como objetivo impactar 43,31% de esa población anualmente con una frecuencia de un viaje al año con estadía de dos noches por viaje.

Esto nos deja como mercado meta al quinto año un total de 624 hogares a los que la finca eco-turística El Descanso busca solventar sus necesidades de recreación, con un enfoque diferenciador, en el sector del Carmen de Apicalá.

3.4 Determinación de la Demanda

Según la oficina de estudios económicos de COTELCO en su informe Enero 2015, el departamento de Tolima presento una ocupación hotelera del 63.5 % en el 2014 y del 62% en el 2015 (Mincomercio, industria y turismo, 2015).

Se determina una demanda del 70% de nuestro mercado meta para el primer año, con un crecimiento anual por introducción al mercado que oscila entre el 5% y el 10% crecimiento anual hasta llegar al 100% de cubrimiento del mercado meta al quinto año.

Según el estudio de la localidad de Tunjuelito, emanada del censo 2005, en promedio cada hogar consta de 3.8 integrantes, esto permite establecer el total de posibles huéspedes diarios. La experiencia del sector es que la demanda turística es permanente durante los 52 fines de semana en el año, con una estancia promedio de dos noches.

Tabla 6.

Mercado Meta

CRITERIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mercado Meta					624
Introducción al mercado	70%	85%	90%	95%	100%
Demanda hogares	437	530	562	593	624

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7.

Demanda del Servicio

CRITERIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda de Hogares	437	530	562	593	624
Número de Huéspedes	1747	2122	2246	2371	2496
Estadía Promedio en días	2	2	2	2	2
Demanda hogares	3.494	4.243	4.493	4.742	4.992

Fuente: elaboración propia.

La demanda anual para el primer año es de 437 hogares, equivalente a 1.747 huéspedes que pernotan en promedio 2 noches, demandando 3.494 servicios de alojamiento que para el año quinto esperamos sea de 624 hogares con 2.496 huéspedes que demanden 4.992 servicios de alojamiento.

3.5 Análisis de la Oferta

Pudimos comprobar en visita de campo a la población del Carmen de Apicalá que hay un vacío en adiciones al servicio de hotelería y hospedaje ofrecido por los competidores en el municipio.

3.5.1 Listado de Oferentes

Actualmente el Carmén de Apicalá solo cuenta con tres hoteles registrados ante el ministerio de turismo en la región.

Según se puede observar el segmento de mercado al cual están dirigidos los servicios de la competencia son los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá D.C. Esto se puede ver y analizar con base a los precios ofrecidos, tipo de recreación ofertada y perfil

del consumidor que se ve en estos establecimientos, hotel Arenitas, Casa Quinta los Robles, Villa aire libre, y casa de campo en alquiler, cuyos precios oscilan entre 380.000 a 780.000 pesos noche para 4 adultos 1 niño.

La gran parte de la oferta presente en la zona es de propietarios de inmueble en condominios que dan en alquiler sus viviendas en periodos libres, este tipo de contratación carece del acompañamiento de servicios complementarios que den valor al descanso para el disfrute de sus clientes, es simplemente de contratación habitacional.

3.5.2 Composición

En el municipio del Carmen de Apicalá de acuerdo a las estadísticas año 2011 a 2014 de la secretaria de planeación y TIC de la Gobernación del Tolima, el municipio cuenta con un potencial de atractivos turísticos, destacando que a la fecha no se considera una actividad económica relevante enunciada en la siguiente tabla.

Tabla 8.

Demanda del Servicio Municipio

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO CARMEN DE APICALÁ		
ATRATIVOS	UBICACIÓN	
	Urbana	Rural
Zoo criadero Curazao		X
Centro Vacacional Caribú	X	
Cavernas la Floresta	X	
Cabañas el Limonar		X
Pueblito Español	X	

Fuente: (Gobernación del Tolima, 2015).

En su infraestructura hotelera se encuentra básicamente la estadía, restaurante y servicio de piscina entre sus atractivos.

Tabla 9.

Infraestructura Hotelera

INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN EL MUNICIPIO CARMEN DE APICALÁ				
NOMBRE	Capacidad		Ubicación	
	No. Habitaciones	No. Camas	Urbana	Rural
Hotel y Lago Arenita			x	

Fuente: (Gobernación del Tolima, 2015)

3.5.3 Características Cualitativas

Los hoteles y fincas de la zona del Carmen de Apicalá y sus veredas se caracterizan por una oferta de servicios homogénea sin factor diferenciador, no tienen una temática en su decoración, ni en el servicio que prestan, no se aceptan mascotas.

Se identifican habitaciones para 2,4 y 6 personas, dotadas de televisión y baño interno. En sus áreas comunes se identifica piscina, rodadero infantil, restaurante.

No brindan una oferta de actividades a desarrollar en la región o un plan de descanso integral.

3.6. Estrategia Comercial

3.6.1. Producto.

El producto en este caso es el servicio que se traduce en la experiencia natural. En la actualidad, el servicio y la satisfacción al cliente se ubica como el motor de toda organización, el objetivo está en crear estrategias de atención desarrolladas de manera

directa al cliente. Estas estrategias requieren de una excelencia y calidad total en el servicio que generen una fuerte diferenciación y ventaja competitiva respecto de la competencia.

En el sector hotelero busca conseguir una satisfacción del 100% de los clientes, labor que no es fácil, ya que cada cliente es diferente, tiene características distintas y peculiares, lo que requiere que cada instalación, cuente con personal altamente calificado y muy especializado, ya que al hablar de un servicio, se habla de una experiencia y si el cliente se siente, plenamente satisfecho con su estadía, volverá cuantas veces lo desee, lo cual creara un vínculo con el establecimiento, el cual será la fidelidad. Si llegara a pasar lo contrario el cliente no volverá y el hotel habrá perdido un cliente.

Un excelente servicio en el sector hotelero permite potencializar el número de visitantes leales y genera la atracción de nuevos clientes, al igual de perfilarse como un elemento diferenciador que sirve para responder a la demanda de manera eficiente y efectiva.

Sin duda, esto requiere que la organización interna de los hoteles cambie, se actualice y confronte que el cliente, siempre tendrá necesidades por satisfacer, y que toda esta satisfacción transitoria, tiene que ser asumida por la organización interna y enfrentada con éxito.

Para el caso de estudio se tiene considerado los siguientes clientes potenciales:

- Las familias: el servicio en este caso se va a enfocar en proporcionarle al cliente un lugar distendido en el que se sienta a gusto con la atención, un momento para estrechar los lazos que unen al núcleo familiar.
- El extranjero: consideramos al viajero que eventualmente llegue al municipio y quiera contacto con la naturaleza del sector del Carmen de Apicalá. Este perfil que busca conocer el atractivo de la región a la vez que descansar se le van a ofrecer todas las actividades físicas disponibles y en la noche el mejor de los servicios.

Por lo anterior, la finca eco-turística El Descanso tiene como factor diferenciador al interior de la región, el concepto de un hotel en el que las personas tengan las mejores comodidades en instalación, a la vez que fortalezcan su relación con la naturaleza mediante el contacto directo con actividades campestres.



Ilustración 1. Logo de la Finca Ecoturística el Descanso. Fuente: Los Autores

3.6.2 Precios

Se plantea preliminarmente la fijación de precios de la siguiente manera, Con base en el benchmarking realizado a los establecimientos del sector del Carmen de Apicalá.

Simulaciones hechas con los promedios de tarifas relacionadas por hoteles cercanos.

Es necesario contemplar que se llevarán a cabo diferentes estrategias promocionales por lo que estos precios se podrán ver alterados, por las promociones para promover la finca eco turística y sus diferentes servicios, como también las temporadas ya sea baja o alta.

A continuación presentamos la proyección de precios para la noche de hospedaje, nuestro servicio principal:

Tabla 10.

Proyección de Precios por Huésped

Proyección de Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio por huésped	85,000	87,965	91,061	94,312	97,717
Inflación Proyectada	3.49%	3.52%	3.57%	3.61%	3.63%
Precio más IVA	101,150	104,678	108,363	112,231	116,283

Fuente: elaboración propia.

Además, tenemos pensado brindar una opción alternativa para las personas que buscan entretenimiento en piscina, pero no desean pasar la noche en la finca. Para este grupo de personas se ofrecería la opción de *pasadía* durante días entre semana. A continuación la proyección de precios *pasadía* piscina.

Tabla 11.

Proyección de Precios Pasadía

Proyección precios Pasadía	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio por persona	10,000	10,349	10,713	11,096	11,496
Ingresos totales	33.280.000	38.745.907	44.566.403	46.157.424	47.823.707

Ingresos					
Inflación proyectada	3.49%	3.52%	3.57%	3.61%	3.63%
Precio Más IVA	11,900	12,315	12,749	13,204	13,680

Fuente: elaboración propia.

3.6.3. Promoción y Publicidad.

La estrategia de comunicación tiene como objetivo difundir una imagen corporativa, y la identidad del servicio hotelero a prestar, con el motivo de persuadir o acaparar la atención de los posibles consumidores.

En cuanto a la comunicación interna es de suma importancia ya que, si los empleados tienen un sentido de pertenencia al mismo tiempo de estar bien informados de las necesidades de la finca eco-turística, se podrá tener una muy buena fuente de información tanto para los clientes externos como para el buen funcionamiento.

Por los resultados de la investigación de mercados se decidió que habrá una publicidad masiva por internet, utilizando las redes sociales como principal fuente de información. También existirán pendones publicitarios en la vía al Carmen de Apicalá.

Una vez definida la tarifa por el servicio eco-turístico y el tipo de servicio que se pretende ofrecer, es posible determinar una estrategia publicitaria que permita cumplir con el objetivo de mantener la finca eco-turística a su máximo nivel de hospedaje. La política que se va a adoptar en los primeros años del negocio va a estar dirigida a una campaña agresiva

de promoción; en efecto, en estos primeros años, toda la utilidad va a ser reinvertida en este aspecto.

Los medios electrónicos se están convirtiendo en el mejor lugar para hacer propaganda dado el flujo incremental de personas cuentan con celulares con conexión a internet. En primera instancia se hará uso de las redes sociales (Facebook, instagram) para hacer un perfil del hotel en el que el cliente pueda encontrar toda la información que requiera acerca del servicio. Además se desarrollará una página de internet más completa, con imágenes, fotografías, foros, sugerencias y un espacio propuesto para hacer reservaciones vía electrónica.

Complemento de esta estrategia, contemplamos la posibilidad que pagar servicios de Google para salir como primera opción en el motor de búsqueda de dicha página cuando alguien busque por palabras clave como: ecoturismo en Colombia, turismo ecológico o turismo campestre, el motor arroje como primera opción la finca eco-turística El Descanso.

Finalmente, para terminar con una propuesta agresiva en internet, ocasionalmente se invertirá en banners publicitarios en páginas tales como metrocuadrado.com, fincaraiz.com o ciencuadras.com, como también en el periódico de Ibagué y mensajes publicitarios en la radio.

Tabla 12.

Gastos de publicidad

Medios	Tarifa/ Evento	Eventos	Duración	Total
Redes Sociales	1.000	1.000	60 días	1.000.000
Internet	10.000		60 días	600.000
Aviso revistas	400.000	3	3 Ediciones	1.200.000
Pendones	100.000	5	Permanente	500.000
Radio	200	5000	200 días	1.000.000
Total				4.300.000

Fuente: elaboración propia.

3.6.4. Canales de Distribución

La tecnología ha tenido un gran auge durante los últimos años, este hecho ha ocasionado que muchas industrias se revolucionen y perciban sus conceptos o modelo de negocio de una nueva forma.

Para el caso del sector hotelero la presencia del internet a tenido mucha influencia en como ahora se percibe y desarrolla el modelo de negocio hotelero. Hoy en día esta tecnología ha permitido que se pueda conseguir información acerca de hoteles y lugares turísticos en tiempos realmente cortos, por otro lado, el hecho de que los hoteles tengan su espacio en la Web, no solo en sus propias páginas sino también en las redes sociales, ha permitido que se desarrollen nuevos canales y formas de pago, el servicio de reservas representa un gran canal de ventas e ingresos para el sector hotelero.

Teniendo en cuenta que el principal canal de distribución son los medios electrónicos. Existen lugares web que funcionan como directorio hotelero, es decir páginas de gran reconocimiento como Despegar.com y Booking.com. Estos son grandes portales web donde se pueden realizar compras de paquetes turísticos completos. Estos sitios son pertinentes para nuestro proyecto en la medida en que se pueden realizar las suscripciones anualmente a estos portales con el fin de convertirlos en medio para pautar los servicios de la finca eco-turística, además de usarlos como un método de reserva para nuestros clientes.

3.7. Proyección de venta.

A continuación, se muestran la proyección de ventas, la cual se valoró por huésped y promedio de estancia en la finca eco-turística, teniendo en cuenta una estacionalidad en las temporadas alta y baja, fines de semana con puente festivo, vacaciones de junio y diciembre, semana de receso.

Teniendo en cuenta los costos por noche por persona, dos noches en promedio y en 52 semanas al año con un promedio por familia de 4 personas.

La oferta de servicios se incluye el desayuno diario y adicional como servicios complementarios se contempló la posibilidad de ofrecer la alimentación de las dos comidas principales en el día.

Tabla 13.**Proyección de Ventas**

Proyección de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Huéspedes	1.747	2.122	2.246	2.371	2.496
Estadía Promedio en días	2	2	2	2	2
Total demanda de servicios	3.494	4.243	4.493	4.742	4.992
Precio por huésped	85.000	87.965	91.061	94.312	97.717
Ingresos totales	297.024.000	373.252.239	409.119.584	447.265.439	487.801.812
Inflación Proyectada	3,49%	3,52%	3,57%	3,61%	3,63%
Precio Más IVA	101.150	104.678	108.363	112.231	116.283

Fuente: elaboración propia.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Descripción del producto

Nombre: Finca eco turística – El Descanso

Razón social: Nieto & Jiménez S.A.S

Ubicación: Municipio Carmen de Apicalá.

Construcción: Diseño y materiales de arquitectura sostenible.

Cabañas: 4, Capacidad de 12 personas cada una.

Servicios a ofrecer:

- Alojamiento
- Spa (Masajes de relajación e Hidroterapia)
- Piscina para adultos y niños
- Jacuzzi
- kiosco de juegos
- Zona de BBQ
- Parqueadero con espacio para 5 vehículos
- Caminatas Ecológicas.
- Vistas guiadas a parques , quebradas y ríos
- Bici recorrido a zonas verdes y al pueblo.

4.2 Diseño y estado actual

Para el desarrollo del proyecto se adquirirá un terreno de 3.500 metros cuadrados, avaluado aproximadamente en \$140.000.000 de pesos, para la construcción de la Finca

Eco turística El Descanso. Se buscará la forma de financiar la construcción de la finca mediante inversión propia y apalancamiento con el sector financiero.

El terreno contará con prados para el sostenimiento de animales: caballos y vacas para la producción de lácteos caseros, un galpón para producción de huevos y crianza de otras aves domésticas. Cerca al perímetro de la Finca se encuentra un camino real para que el huésped y turista puedan disfrutar del ecosistema ofrecido por los predios rurales del municipio del Carmen de Apicalá.

4.2.1. Identificación y descripción del proceso productivo.

Dentro del proceso operativo se contempla el siguiente flujo de proceso.

Proceso de Reserva	El proceso inicia desde que el huésped realiza mediante correo electrónico, contacto telefónico, la solicitud de reserva para determinada fecha, continúa con la confirmación de la reserva generando el depósito del 30% del valor de la estadía.
Proceso de Registro de huéspedes	Comienza desde el momento que llega el huésped a la recepción de la finca ecoturística, se registra en el libro de registro diario con los siguientes datos: Nombres completos, documento de identidad, ciudad de procedencia, ocupación, lugar de nacimiento, número de días de pernocta, acompañantes, placa de vehículo.
Proceso de arreglo de cabaña	Todos los días a las 11:00 am, el personal de apoyo contratado para este fin, realizará la limpieza general de cada cabaña ocupada, bajo los estándares básicos de limpieza establecidos para tal fin.
	Se realizará el registro en el sistema los consumos de cafetería, restaurante, bar, ofrecidos por la finca

Proceso de movimiento diario de cuenta del huésped	ecoturística, cuyo control se efectuará por cada una de las cabañas.
Proceso de Comidas	Cada día se realizará la preparación y servicio de desayuno, el cual está incluido en la tarifa diaria, al igual se contempla como servicio adicional almuerzos y cenas a la carta.
Proceso de check out	Esta se realizará después de las tres (3) de la tarde, donde se liquidará los consumos realizados por el huésped y se restará el valor abonado a la confirmación de la reserva, y se genera el saldo a pagar, posteriormente se entregará volante de paz y salvo para entrega al vigilante en portería.

Fuente: elaboración propia.

Flujo operacional

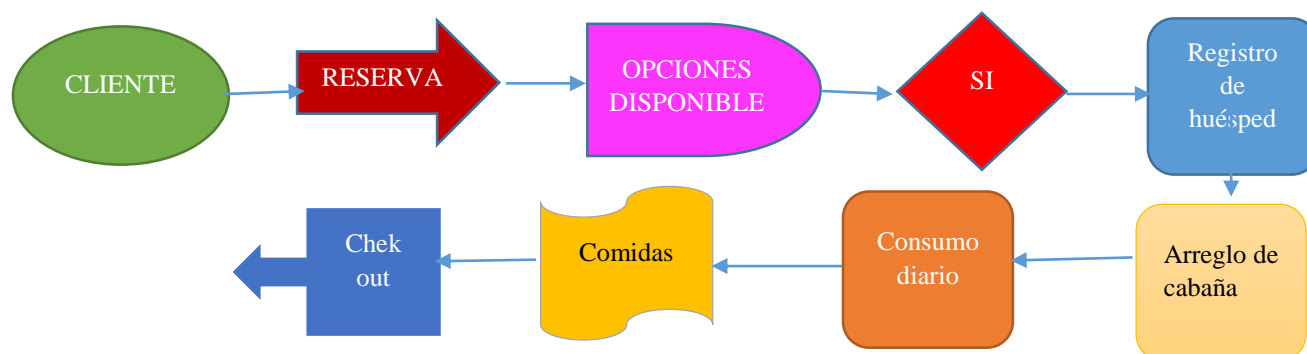


Ilustración 2. Flujo Operacional Finca Ecoturística el Descanso. Fuente: Los Autores

4.3. Recursos necesarios (materia prima, insumos, mano de obra y maquinaria y equipos).

La finca eco turística El Descanso contará con 5 edificaciones y amplia vegetación contenidos en 3.500 metros de terreno con el siguiente detalle:

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. Tipo edificación | Cabaña administración |
| Cantidad | Una |

Dimensión	42 metros cuadrados (6 x 7)
Estructura	Cerrada
Distribución	2 habitaciones de 9 metros cuadrados (3 x 3) 1 área social de 12 metros cuadrados (4x3) 1 cocina de 6 metros cuadrados (3 x 2) 1 Baño de 2 metros cuadrados (2 x2) -1 sanitario y 1 ducha
2. Tipo edificación	Cabaña
Cantidad	Cuatro
Dimensión	70 metros cuadrados (10 x 7)
Estructura	Cerrada
Distribución	3 habitaciones de 12 metros cuadrados (3.5 x 3.5) 1 área social de 15 metros cuadrados 1 cocina de 6 metros cuadrados (3 x 2) 1 Baño de 6 metros cuadrados (3 x 2) -1 sanitario y 2 duchas
3. Tipo de edificación	Kiosco
Cantidad	uno
Dimensión	144 (20 x 7) metros cuadrados
Estructura	Abierta
4. Tipo construcción	Piscina
Cantidad	Una
Dimensión	225 (25 x 9) metros cuadrados 45 metros cuadrados niños 180 metros cuadrados adultos
5. Tipo de espacio	Cupo de estacionamiento vehículos
Cantidad	Diez
Dimensión	9.9 (4.5 x 2.2) metros cuadrados

6. Tipo de espacio	Cupo de estacionamiento bicicletas
Cantidad	Diez y seis
Dimensión	1.08 (0.60 x 1.80) metro cuadrado

4.4.Determinación del tamaño o capacidad.

La capacidad instalada (infraestructura) con una ocupación para el primer año del 70% incrementada año a año en un 5% concluye que podríamos atender la demanda esperada.

Tabla 14.

Capacidad Instalada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fines de semana	52	52	52	52	52
Capacidad Instalada por cabaña	12	12	12	12	12
No. De Cabañas	4	4	4	4	4
Capacidad Instalada total finca	2.496	2.496	2.496	2.496	2.496
Ocupación por año	70%	85%	90%	95%	100%
Ocupación capacidad instalada	1.747	2.122	2.246	2.371	2.496

Fuente: elaboración propia.

4.4.1 Unidad de medida.

La unidad de medida de nuestro servicio de hospedaje, es el número de personas y días de estancia.

4.4.2. Capacidad del proyecto

La finca eco turística tendrá capacidad para hospedar a 48 personas por día y tendrá servicio 52 fines de semana al año con dos noches de estancia en promedio, lo que permitirá al 5 año atender 4.992 servicios de hospedaje con una ocupación igual a su capacidad instalada del 100%.

Tabla 15.

Demanda del Servicio

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Hogares	437	530	562	593	624
No. Huéspedes	1.747	2.122	2.246	2.371	2.496
Estadía Promedio en días	2	2	2	2	2
Total demanda de servicios	3.494	4.243	4.493	4.742	4.992

Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente, se contempla la posibilidad de darle uso a la piscina durante los días de temporada baja (lunes a jueves), rentando la misma a modo de pasadía.

Tabla 16.

Demanda del Servicio Temporada Baja

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Días de temporada baja L-J	208	208	208	208	208
Oferta de servicio (personas)	20	20	20	20	20
Capacidad Instalada piscina	4.160	4.160	4.160	4.160	4.160
Ocupación por año	80%	90%	100%	100%	100%
Ocupación capacidad instalada	3.328	3.744	4.160	4.160	4.160

Fuente: elaboración propia.

4.4.3 Capacidad utilizada

De acuerdo a la infraestructura de las 4 cabañas con capacidad para hospedar 12 personas cada una, nos da como resultado que se atenderán 2.496 huéspedes al año, considerando la introducción gradual en el mercado, se estima una ocupación para el primer año del 70% que incrementa en un 15% al segundo año y a partir del tercer año constante en un 5% hasta el año quinto, llegando a una ocupación del 100% de la capacidad instalada.

Tabla 17.

Capacidad Utilizada

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad Instalada total finca	2.496	2.496	2.496	2.496	2.496
Ocupación por año	70%	85%	90%	95%	100%
Ocupación capacidad instalada	1.747	2.122	2.246	2.371	2.496

Fuente: elaboración propia.

4.5 Localización

La finca eco-turística El Descanso tendría lugar en la vereda El Mortiño, ubicada a 15 minutos aproximadamente del centro del Carmen de Apicalá.

En el mapa a continuación, puede verse la ubicación exacta del predio a utilizar para este proyecto.

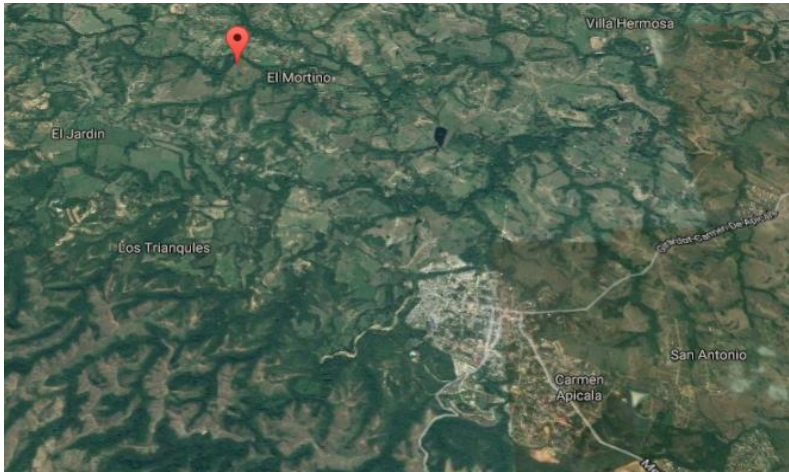


Ilustración 3. Ubicación de la Vereda el Mortino con respecto al Carmen de Apicalá. Fuente: Google Maps



Ilustración 4. Ubicación del Carmen de Apicalá con respecto a la ciudad de Bogotá. Fuente: Google Maps

4.6 Inversiones y costos

En el proyecto es relevante establecer la inversión requerida en terreno, infraestructura y dotación que permita desarrollar el objeto social y a su vez cuantificar el costo o gasto necesario para operar.

4.6.1. Inversiones

Para establecer el monto de la inversión se requiere del conocimiento de un arquitecto que determine la viabilidad del proyecto en términos de construcción para ofrecer los servicios planteados.

De acuerdo con esto, la necesidad de terreno es de 3.500 metros y se realiza la estimación para la elaboración de la obra de infraestructura, además de los muebles y enseres necesarios para dar la oferta de descanso que los huéspedes demandan.

Tabla 18.

Inversión Inicial

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	UNIDADES	CANTIDAD	VALOR INVERSIÓN
Cabaña huéspedes	Unidad	4	30.000.000	120.000.000
Piscina	Unidad	1	150.000.000	150.000.000
Terreno	m2	3500	40.000	140.000.000
cabaña administración	Unidad	1	30.000.000	30.000.000
Kiosko	Unidad	1	12.000.000	12.000.000
Modular Bar	Unidad	1	7.000.000	7.000.000
Portón principal 6mtrs	Metro	1	6.000.000	6.000.000
Camarote	Unidad	12	459.810	5.517.720
Parasol mesa con sillas	Unidad	9	450.000	4.050.000
Baño + ducha(Kiosko)	Unidad	4	900.000	3.600.000
Sala, sofá dobles y 1 sencillo	Juego	4	900.000	3.600.000
Pozo séptico	Unidad	1	3.600.000	3.600.000
Cómoda	Unidad	12	270.000	3.240.000

Televisor 60 pulgadas	Unidad	1	2.880.000	2.880.000
Barbecue , con sillas y parrilla	Unidad	4	200.000	800.000
Bicicletas	Unidad	16	180.000	2.880.000
Nevera 4 pies	Unidad	4	630.000	2.520.000
Cama doble	Unidad	4	585.000	2.340.000
Basurera zona común	Unidad	8	70.000	560.000
Colchón sencillos	Unidad	12	180.000	2.160.000
Ventiladores cabaña	Unidad	16	135.000	2.160.000
Árbol frutal	Unidad	48	25.000	1.200.000
Camino de piedra	Metro	90	18.000	1.620.000
Estufa	Unidad	4	360.000	1.440.000
PORTATIL LENOVO	Unidad	1	1.439.100	1.439.100
Colchón cama doble	Unidad	4	351.720	1.406.880
ALMOHADA	Unidad	36	35.910	1.292.760
Tanque de Agua	Unidad	5	225.000	1.125.000
Ventiladores kiosko	Unidad	8	135.000	1.080.000
Sábanas sencillas	Unidad	48	22.500	1.080.000
Encerramiento limoncillo	Unidad	1150	500	575.000
Karaoke	Unidad	1	900.000	900.000
Sábanas dobles	Unidad	32	27.900	892.800
Silla Rimax	Unidad	25	31.500	787.500
Toalla cuerpo	Unidad	48	15.120	725.760
Hamaca	Unidad	10	72.000	720.000
Mesa de noche	Unidad	4	143.910	575.640
Sillas barra	Unidad	20	27.000	540.000
Bombillos ahorradores	Unidad	38	11.610	441.180
Tenedor	Unidad	48	9.180	440.640

Cuchillo	Unidad	48	9.180	440.640
Desayunos	Unidad	4393	3.600	15.814.800
Cuchara	Unidad	48	9.180	440.640
Vajilla Corona	Unidad	4	107.100	428.400
Vasos	Unidad	48	7.110	341.280
Batería Cocina	Unidad	2	134.820	269.640
Planta ornamental	Unidad	280	500	140.000
Espejo baño	Unidad	4	53.910	215.640
Impresora	Unidad	1	211.500	211.500
Escritorio	Unidad	1	170.910	170.910
Basurera cocina	Unidad	4	35.910	143.640
Basurera Baño	Unidad	4	35.910	143.640
silla escritorio	Unidad	1	125.820	125.820
Jarra	Unidad	4	26.910	107.640
Licuada	Unidad	1	80.910	80.910
Teléfono	Unidad	1	70.200	70.200
Dispensador jabón liquido	Unidad	5	9.810	49.050
Toalla manos	Unidad	10	4.860	48.600
Guaya portátil	Unidad	1	27.000	27.000
Guantes desechables	Unidad	4	3.510	14.040
Escoba	Unidad	3	4.050	12.150
Trapeador	Unidad	5	10.800	54.000
Recogedor	Unidad	3	4.410	13.230
Caballo	Unidad	4	3.600.000	14.400.000
Tenera	Unidad	2	200.000	400.000
Gallinas	Unidad	10	4.500	45.000
Conejo	Unidad	2	18.000	36.000

Software contable	Unidad	1	1.260.000	1.260.000
Cepillo	Unidad	2	4.230	8.460
Total Costos				558.702.810

Fuente: elaboración propia.

4.6.2 Costos

Teniendo en cuenta que el objeto social de nuestro proyecto es servicio. Los costos se cuantifican de acuerdo al modelo: el personal necesario para atender a los huéspedes y el consumo promedio de servicios públicos de acuerdo a la capacidad utilizada.

Servicio público de agua: La vereda el Mortiño en el municipio el Carmen de Apicala obtiene el servicio del acueducto de Ibagué, de acuerdo al Gerente de la empresa IBAL cada familia de estratos 1, 2 y 3 consumirá al mes para el año 2019 en promedio 13,92 metros cúbicos. (Alcaldía Municipal de Ibagué, 2016)

Tabla 19.

Tabla de costo del servicio

IBAL	ACUEDUCTO			ALCANTARILLADO		
SERVICIO	RES 287/14	RES 688/14	Diferencia	RES 287/14	RES 688/14	Diferencia
Cargo Fijo	5.465,67	5.915,16	8.22%	3.82,80	3.487,67	3,10%
CMO+CMI	731.36	902.95	23.46%	568.22	700.90	23.35%
CMT	1.51	1.89	25.17%	52.51	43.42	-17.31%

Fuente: (Alcaldía Municipal de Ibagué, 2016)

Los demás servicios se establecen con liquidación de servicio público hogares de la zona, además con los costos fijos así:

Tabla 20.

Descripción de Costos

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	UNIDAD POR HOGAR MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hogares	N/A	N/A	437	530	562	593	624
Servicio de agua	m3	13,92	6.080	7.383	7.817	8.252	8.686
Tarifa por m3		903	5.490.167	6.666.632	7.058.786	7.450.941	7.843.096
servicio de luz	Kilovatios	100	43.680	53.040	56.160	59.280	62.400
Tarifa por Kv		438	19.127.472	23.226.216	24.592.464	25.958.712	27.324.960
Total Servicios Públicos			24.617.639	29.892.848	31.651.250	33.409.653	35.168.056
Químicos Piscina	Unidad	300.000	3.600.000	3.725.568	3.726.720	3.728.520	3.729.960
Elementos de aseo	Unidad	300.000	3.600.000	3.725.568	3.726.720	3.728.520	3.729.960
Servicio de aseo	Persona	1	14.592.000	15.100.969	15.105.638	15.112.934	15.118.771
Servicio de mantenimiento y vigilancia	Persona	1	14.592.000	15.100.969	15.105.638	15.112.934	15.118.771
Contador	Persona	1	1.200.000	2.483.712	2.484.480	2.485.680	2.486.640
Administrador	Persona	1	18.240.000	18.876.211	18.882.048	18.891.168	18.898.464
Seguros	Unidad	1	1.200.000	1.242.240	1.286.588	1.333.034	1.381.423
Arrendamiento lote	m2	145	5.220.000	5.402.074	5.403.744	5.406.354	5.408.442
Total otros Gastos			62.244.000	65.657.311	65.721.577	65.799.145	65.872.431
Total General			86.861.639	95.550.158	97.372.827	99.208.798	101.040.487

Fuente: elaboración propia.

4.7. Impacto Ambiental

Es necesario tener en cuenta que la finca eco-turística El Descanso, tiene un alto grado de responsabilidad social y ambiental, partiendo de que los socios han tenido un acercamiento

con dicha temática desde su academia. Por lo tanto, se dará cumplimiento a la legislación ambiental que le aplique y considerando los siguientes aspectos:

- Uso eficiente del recurso hídrico: En las habitaciones se incentivará el cambio de tendidos y toallas día de por medio y los residuos líquidos procedentes de las lavadoras, serán depositados en tanque de almacenamiento. El agua será tratada para reutilizarla nuevamente en los sanitarios exclusivamente.
- Uso eficiente de energía: Se utilizará bombillos ahorradores en todas las instalaciones de la finca eco-turística, cada bombillo tendrá un sensor de prendido automático para las noches.
- Uso eficiente de los residuos sólidos. Se incentivará el manejo de residuos, partiendo de una separación de los mismos. Esto significará que finca eco-turística el Descanso estará comprometida con el reciclaje del 100% de sus residuos físicos, para ello se instalará basureros especiales.
- Capacitar al personal que labora en la finca eco-turística en los aspectos mencionados anteriormente.

Para lograr dicho objetivo se contará con la colaboración de los huéspedes en un alto grado, donde se les dará una bienvenida e inducción al ingreso del hotel.

5. GESTIÓN Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

5.1 Planeación Estratégica.

5.1.1 Análisis DOFA.

El análisis DOFA es una herramienta de comparación factores internos y externos del negocio.

Interno: Corresponde a las fortalezas y debilidades del negocio y se tiene algún tipo de control sobre los mismos.

Externo: Representan las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado.

Tabla 21.

Análisis DOFA

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">- Ser un negocio calidad en el servicio, al brindarle al cliente variedad de actividades de recreación y salud.- Su ubicación, ya que se encuentra en una zona considerada como polo turístico.- Ofrecer servicios adicionales y diferenciadores a los que ofrece la competencia.- Diseño y equipamiento de las instalaciones, comodidad y modernidad en un ambiente natural.	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">- Falta de experiencia en el sector hotelero.- Ser un negocio nuevo en el mercado.- Encontrar personal capacitado en la región.- Encontrar inversionistas.- Lograr certificación oficial en hotel eco-turístico.
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">- Entrada de nuevos competidores en el sector.

<ul style="list-style-type: none"> - En el municipio del Carmen de Apicalá actualmente no hay hoteles que ofrezcan la experiencia eco-turística como tal. - Alianzas estratégicas con COTELCO y Parque del Agua. - Participe del fondo de promoción turística para la exención de impuestos. - Poca competencia en la zona rural del Carmen de Apicalá. - Clima favorable para realizar las actividades ecoturísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios sustitutos. - Competencia desleal en cuanto ha lavado de activos. - Urbanización sin planeación
---	---

Fuente: elaboración propia.

5.1.2 Misión y Visión Empresarial

Misión

Ofrecer y vender una experiencia eco-turística desde la convivencia sana con entornos campestres. Nuestros esfuerzos estarán dirigidos a satisfacer a nuestros clientes a través de servicios turísticos integrales en entretenimiento, ocio y relajación.

Visión

Ser el destino turístico más representativo de la región del Carmen de Apicalá. Siempre distinguiéndonos por ser una empresa preocupada por proveer bienestar familiar bajo una conducta responsable con el medio ambiente.

5.1.3 Definición de objetivo

Hacer un plan de negocios para la creación de una empresa de carácter hotelero en la ciudad de Carmen de Apicalá, ofreciendo a los visitantes una ubicación estratégica, cómodas instalaciones, cercanía al centro de la ciudad y facilidades de acceso a los diferentes sitios de interés de la zona turística del departamento.

5.2 Equipo gerencial y organigrama

5.2.1 Estructura Organizacional

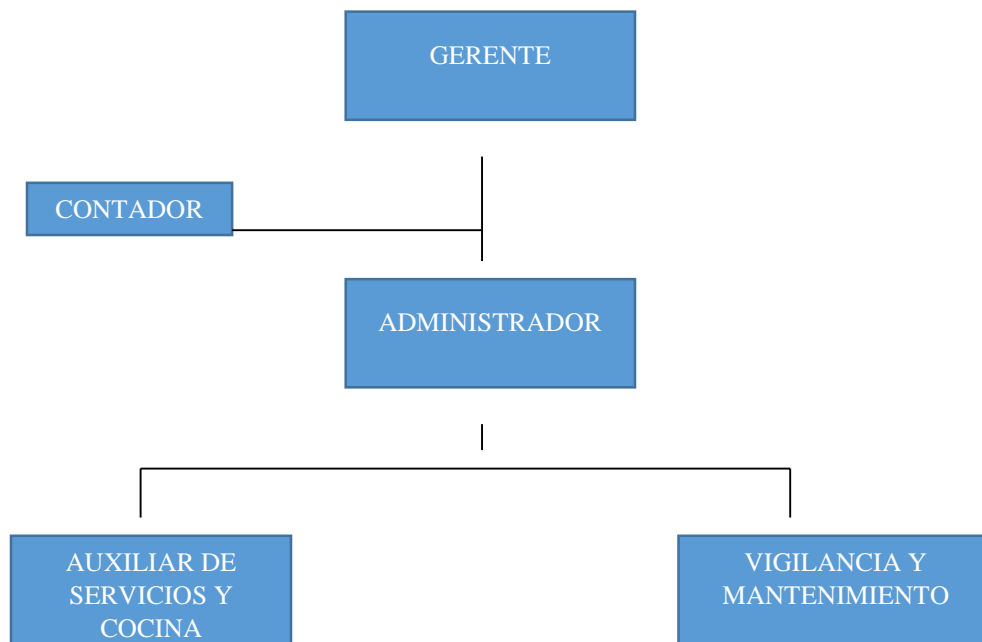


Ilustración 5. Estructura Organizacional finca ecoturística El Descanso

5.2.2 Definición y descripción de cargos

Gerente

Es la máxima autoridad en la finca eco-turística. Es quien tomará las decisiones de carácter estratégico para la sostenibilidad de la finca Ecoturística.

Administrador

Es la persona que estará presente en la finca eco-turística de tiempo completo, debe tener don de mando y carisma para el buen trato con el personal. Responsable, amable, debe ser considerado un líder, para todos los miembros a su cargo.

Ejecuta planes y programas aprobados por el gerente. Responde por los resultados administrativos, operacionales y financieros. Dirige la organización funcional de la finca eco-turística, establece los deberes y responsabilidades del personal a su cargo. Vela por el mantenimiento de la relación con las organizaciones de apoyo y convenios corporativos. Administra y vela por el cuidado de todos los bienes.

Contador

Registra todas las operaciones mensuales de la finca eco-turística y elabora informes estadísticos, estados de pérdidas y ganancias y balances generales, realizando comparaciones de proyecciones de ventas. La persona que ocupe este cargo debe tener una formación profesional, con conocimientos en contabilidad hotelera y finanzas. El contrato se realizará por prestación de servicios profesionales por productos.

Auxiliar de servicios y cocina

Es la persona encargada de la elaboración del desayuno, almuerzo y cenas solicitadas por los huéspedes. Revisa el suministro de los implementos de cocina y aseo.

Además es el encargado de preparar las habitaciones de los huéspedes y en general de realizar el aseo de la finca eco-turística.

Mantenimiento y Vigilancia

Es el encargado de revisar que las instalaciones se encuentren en óptimas condiciones de seguridad y mantenimiento. Además, es el encargado del cuidado de las especies animales y vegetales al interior de la finca. Entre sus labores está el apoyar la seguridad de la finca, apertura de puertas y apoyo del equipaje de los huéspedes.

6 ASPECTOS LEGALES

6.1 Requerimientos legales para el inicio del proyecto

En Colombia, el proceso de constitución de sociedades anónimas, sociedades civiles, asociaciones y demás entes jurídicos existentes, requiere de la realización de múltiples procedimientos ante las autoridades competentes, así como la preparación de documentos jurídicos indispensables para la correcta operación y existencia de los mismos.

Adicionalmente, las sociedades mercantiles, tras constituirse, deben realizar y mantener registros precisos de su administración, operaciones y cambios estructurales durante su existencia, sujetos a actualización periódica.

En el caso de la finca eco-turística El Descanso, se considera que el tipo societario que resulta de mayor conveniencia para sus intereses, es la denominada **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA**, conforme a lo estipulado en Ley 1258 de 2008.

Este tipo de sociedad, posee los beneficios que se relacionan a continuación:

- Se constituyen mediante documento privado.
- No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
- Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales (Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública).

- Los accionistas no tienen ningún tipo de responsabilidad laboral y tributaria en relación con la sociedad.
- El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los estatutos

La capacidad de la sociedad se circunscribirá al desarrollo de la empresa o actividad prevista en su objeto social. Se entienden incluidos dentro del objeto social los actos relacionados directamente con la prestación de servicios hoteleros y hospedaje.

Escritura Pública (Tipo y costo)

En caso de que se aporten inmuebles es obligatoria la constitución mediante Escritura Pública.

Para la finca eco-turística el descanso no es necesario, teniendo en cuenta que para el proyecto está considerada la compra del lote a futuro.

6.1.1 Inscripción en el registro mercantil

El Gobierno Nacional, mediante el Decreto 393 de 2002 estableció los derechos por registro y renovación de la Matricula Mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones, y derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las cámaras.

Para el caso de la finca eco-turística el Descanso se realizará la inscripción a través de la página de Cámara de Comercio de Ibagué y pagar los derechos y renovación cada año.

6.2 Marco jurídico del proyecto

6.2.1 Trámites, licencias y permisos

Para efectos de la Constitución de una SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA deben realizárselos trámites que se relacionan a continuación:

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento privado debe contener, al menos, la siguiente información de la sociedad:
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
 - Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada", o de las letras S.A.S.
 - El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
 - El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
 - La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal.
2. Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes que éste sea inscrito en el registro mercantil. Esta autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, que para este caso es en la ciudad de Ibagué.

El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, como es el caso de los inmuebles, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera (mediante escritura pública) e inscribirse también en los registros correspondientes.

3. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio de Ibagué se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción.
4. Formulario de Establecimiento de Comercio
5. Formulario de Registro Nacional de Turismo. La Ley 300 de 1996 en el artículo 61 estableció el Registro Nacional de Turismo y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse antes de iniciar sus operaciones en Colombia. Este Registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.

Una vez diligenciados se deben presentar todos los soportes en una de las sedes de Cámara de Comercio de Ibagué, pagar los derechos de Matrícula correspondientes a las Tarifas de los Registros Públicos 2016, (Camara de Comercio de Ibague, 2017).

Todos los actos, contratos o negocios jurídicos sin cuantía (la inscripción en el RNT se tomará como un documento sin cuantía, según la información de www.rues.org.co), es decir aquellos que no incorporan derechos apreciables pecuniariamente a favor de los particulares, sujetos al impuesto de registro, estarán gravados con tarifas entre dos (2) y

cuatro (4) salarios mínimos diarios legales, determinadas por la respectiva asamblea departamental, a iniciativa del Gobernador. (Artículo 6 Decreto 650 de 1996). (Camara de Comercio de Ibagué, 2017).

6.3 Aspectos tributarios.

Conforme a la ley 1819 de 2016, artículo 100 Parágrafo 5. Las siguientes rentas estarán gravadas a la tarifa del 9%.

- a. Servicios prestados en nuevos hoteles que se construyan en municipios de hasta doscientos mil habitantes, tal y como lo certifique la autoridad competente a 31 de diciembre de 2016, dentro de los diez (10) años siguientes a partir de la entrada en vigencia de esta Ley, por un término de 20 años
- b. Servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen en municipios de hasta doscientos mil habitantes, tal y como lo certifique la autoridad competente a 31 de diciembre de 2016, dentro de los diez (10) años siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley, por un término de 20 años. La exención prevista en este numeral, corresponderá a la proporción que represente el valor de la remodelación y/o ampliación en el costo fiscal del inmueble remodelado y/o ampliado, para lo cual se requiere aprobación previa del proyecto por parte de la Curaduría Urbana o en su defecto de la Alcaldía Municipal del domicilio del inmueble remodelado y/o ampliado.
- c. Lo previsto en este Parágrafo no será aplicable a moteles y residencias.

6.3.1 Impuestos nacionales, departamentales, distritales y municipales.

Para el departamento del Tolima y en la ciudad de Ibagué, están estipulados los siguientes impuestos: Impuesto de industria y comercio, impuesto complementario de avisos y tableros; Impuesto Predial Unificado; Impuesto de alumbrado público. Los cuales se tiene proyectado realizar el pago correspondiente dentro del primer año de operación. Adicionalmente, a los servicios de restaurante serán gravados por el impuesto al consumo, (Gobernación del Tolima, 2012).

6.4 Aspectos laborales

6.4.1 Relación laboral

Las relaciones laborales son el vínculo que se establece entre dos o más personas en el ámbito laboral o del trabajo. Las relaciones laborales son aquellas que se generan entre aquel que ofrece su fuerza de trabajo (ya sea física o mental) y aquel que ofrece el capital o los medios de producción para que la primera persona realice la tarea.

Una de las características más distintivas de las relaciones laborales es que suelen ser desequilibradas en el sentido de que siempre en ellas hay alguien que tiene el poder de comenzarlas o terminarlas según su conveniencia, y esa persona es la que contrata al empleado o que le brinda los medios de producción para que pueda trabajar. (ABC Definiciones, 2015)

Los empleados de la finca eco-turística serán contratados por contrato a término de un año, liquidados anualmente con todas las prestaciones de ley (salud, pensión y riesgos profesionales).

Se tiene previsto que la vinculación se dará a un núcleo familiar de la región, con el fin de incentivar el desarrollo laboral de la zona, dicha vinculación tendrá como beneficio principal la vivienda de habitación para esta familia dentro de las instalaciones de la finca eco-turística.

Donde el trabajador (hombre) será el encargado del mantenimiento en general y vigilancia, y la trabajadora (mujer) será la encargada de la cocina y aseo en general de la finca eco-turística. Adicionalmente, se incentivará el desarrollo técnico de los empleados con el apoyo en estudios en el SENA del Tolima, en el programa académico cocina y manipulación de alimentos. Esto con el fin de desarrollar habilidades para la atención optima de los huéspedes de la finca eco-turística.

6.5 Seguros

En el mercado asegurador se encuentra una póliza exclusiva para hoteles y huéspedes, la cual cubre cualquier accidente corporal, muerte, inhabilitación permanente, total parcial o temporal producida, directa y exclusivamente por heridas o lesiones causadas por la acción fortuita repentina y violenta de una fuerza exterior e independientemente de la voluntad del asegurado o de los beneficiarios de la póliza dentro de las instalaciones de un hotel.

Para efectos de esta póliza a las personas que figuran como tal calidad en los registros del hotel, que sean mayores de dos años de edad y que en el momento de su registro no sufran lesiones síquicas o corporales, así como cualquier tipo de enfermedad. Este producto opera bajo reembolso.

Amparos Básicos:

- Asistencia médica por accidente
- Medicamentos ambulatorios
- Asistencia médica por enfermedad
- Consulta de urgencias
- Gastos por intoxicación
- Traslados médicos por emergencia (hasta límite de gastos
- Traslados y estadía de acompañante en caso de accidente
- Traslados y estadía de un familiar en caso de muerte
- Compensación por muerte accidental
- Compensación por invalidez total y permanente o desmembración accidental
- Homicidio
- Pérdida o daño de equipaje
- Pérdida de dineros en cajillas de la habitación del hotel

(Colasistencia, 2017)

En el caso de la finca eco-turística el Descanso, se gestionará alianza estratégica con compañía aseguradora con el fin de generar convenio para el cubrimiento de póliza básica de seguro hotelero con un cargo promedio de \$5.500 pesos por noche por persona. Este es opcional no será obligatorio para el huésped.

7 ANÁLISIS FINANCIERO

7.1 Definición de las variables macroeconómicas

Los indicadores macroeconómicos nos permiten evaluar, dar seguimiento y predecir tendencias de la situación económica de Colombia y su comportamiento frente al mercado internacional.

En este informe se presentarán los indicadores económicos que tienen una mayor relación con los objetivos organizacionales, los cuales permitirán comprender mejor la realidad económica de la compañía y así tomar decisiones a futuro.

Para poder llevar a cabo estos fines es necesario contemplar los pronósticos de comportamiento de estos indicadores teniendo en cuenta las proyecciones que realizan de cada uno de ellos las principales entidades financieras del país.

A continuación se relacionan los indicadores financieros que se utilizarán en la realización de la evaluación financiera:

Tabla 22.

Variables económicas

INDICADOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación (IPC variación anual)	3,49%	3,52%	3,57%	3,61%	3,63%
Salario mínimo	778.587	822.188	874.353	928.854	986.470
Variación salario mínimo (%)	5,54%	5,60%	6,70%	7,00%	7,40%
Variación salario mínimo \$	41.416	43.601	52.165	54.501	57.615
DTF (% fin de año)	5,30%	5,30%	5,30%	5,30%	5,30%

Fuentes: (Banco de la República, 2017), Bancolombia (Grupo Bancolombia, 2017), Banco de Bogotá (Banco de Bogotá, 2017). Promedio de las proyecciones realizadas por las entidades.

7.2 Presupuesto de Inversión

7.2.1 Activos fijos

En las compañías de servicio turístico el componente de inventario en activos fijos productivos es alto. A diferencia de otros negocios la infraestructura y dotación de la misma al ciento por ciento está al servicio de la actividad productora de renta y su objeto social.

A continuación de acuerdo a la descripción del activo, se determina la depreciación adecuada según el tipo de bien mueble o inmueble necesario para operar. Se ha establecido la inversión inicial de \$534.264.860, discriminados así:

Tabla 23.
Costo del Activo

Activo	Valor Inversión
Edificaciones	327.945.000
Equipo de computo	2.647.800
Muebles y Enceres	45.911.060
Terreno	140.000.000
Vehículos	2.880.000
Semovientes	14.881.000
Total general	534.264.860

Fuente: elaboración propia.

7.2.2 Intangibles

Corresponde a los bienes de uso en la operación de la finca eco-turística y que se caracterizan por carecer de sustancia física susceptible de valoración económica para el ejercicio presente hace referencia al software contable.

Tabla 24
Intangibles

CONCEPTO	U. DE MEDIDA	UNIDADES	VALOR INVERSIÓN
Software contable	Unidad	1	1.260.000

Fuente: elaboración propia.

7.2.3 Capital de trabajo

Es la cantidad de dinero necesaria para poner en operación la finca y será equivalente a un trimestre del monto de costos, gastos administrativos y de ventas del primer año de operación (\$28 millones) y se ajustara en los subsiguientes de acuerdo a la necesidad así.

Tabla 25.
Capital de Trabajo

CONCEPTO	Año 1
Costo por prestación servicio	23.177.950
Gastos de administración	86.861.639
Gasto de ventas	4.300.000
Total Egresos	114.339.589
Valor Trimestre	28.584.897

Fuente: elaboración propia.

7.3 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

7.3.1 Ingresos operacionales

Estos corresponde a las ventas generadas en la actividad principal del proyecto finca eco turística que está determinado por la rotación de camas en hospedaje en fines de semana y alquiler de piscina de lunes a jueves, lo anterior de acuerdo a la capacidad ocupada por año y a la demanda de servicios estimada.

Tabla 26.

Proyección en Ventas Hospedaje

Proyección de ventas Hospedaje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Huéspedes	1.747	2.122	2.246	2.371	2.496
Estadía Promedio en días	2	2	2	2	2
Total demanda de servicios	3.494	4.243	4.493	4.742	4.992
Precio por huésped	85.000	87.965	91.061	94.312	97.717
Ingresos totales	297.024.000	373.252.239	409.119.584	447.265.439	487.801.812
Inflación Proyectada	3,49%	3,52%	3,57%	3,61%	3,63%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 27.

Proyección en Ventas Estacional

Proyección de ventas estacional	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquileres piscina	3.328	3.744	4.160	4.160	4.160
Estadía Promedio en días	1	1	1	1	1
Total demanda de servicios	3.328	3.744	4.160	4.160	4.160
Precio por huésped	10.000	10.349	10.713	11.096	11.496
Ingresos totales	33.280.000	38.745.907	44.566.403	46.157.424	47.823.707
Inflación Proyectada	3,49%	3,52%	3,57%	3,61%	3,63%

Fuente: elaboración propia.

7.3.2 Gastos de la prestación del servicio / Costos

Los Costos corresponden a servicios o compra de bienes tangibles o intangibles que estén directamente relacionados con el huésped y necesarios para prestar el servicio de alojamiento y actividades de recreación o descanso. Estos se están cuantificados anualmente así:

Tabla 28.

Gastos de prestación del Servicio Anual

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	UNIDADES	CANTIDAD	VALOR INVERSIÓN
Desayunos	Unidad	4393	3.600	15.814.800
Árbol frutal	Unidad	48	25.000	1.200.000
Sábanas dobles	Unidad	32	27.900	892.800
Toalla cuerpo	Unidad	48	15.120	725.760
Hamaca	Unidad	10	72.000	720.000
Encerramiento limoncillo	Unidad	1150	500	575.000
Bombillos ahorradores	Unidad	38	11.610	441.180
Tenedor	Unidad	48	9.180	440.640
Cuchillo	Unidad	48	9.180	440.640
Cuchara	Unidad	48	9.180	440.640
Vajilla Corona	Unidad	4	107.100	428.400
Vasos	Unidad	48	7.110	341.280
Batería Cocina	Unidad	2	134.820	269.640
Planta ornamental	Unidad	280	500	140.000
Jarra	Unidad	4	26.910	107.640
Trapeador	Unidad	5	10.800	54.000

Dispensador jabón líquido	Unidad	5	9.810	49.050
Toalla manos	Unidad	10	4.860	48.600
Guantes desechables	Unidad	4	3.510	14.040
Recogedor	Unidad	3	4.410	13.230
Escoba	Unidad	3	4.050	12.150
Cepillo	Unidad	2	4.230	8.460
Total Costos				23.177.950

Fuente: elaboración propia.

7.3.3 |Gastos administrativos

Corresponden a los gastos necesarios para administrar y tener en condiciones de utilización la infraestructura necesaria para dar el servicio principal de su objeto social.

Se cuantifican los costos por los servicios públicos de Luz y Agua, siendo los de mayor consumo en este tipo de servicio a prestar.

Tabla 29.

Gastos de Administrativos

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	UNIDAD POR HOGAR MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hogares	N/A	N/A	437	530	562	593	624
Servicio de agua	m3	13,92	6.080	7.383	7.817	8.252	8.686
Tarifa por m3		903	5.490.167	6.666.632	7.058.786	7.450.941	7.843.096
servicio de luz	Kilovatios	100	43.680	53.040	56.160	59.280	62.400
Tarifa por Kv		438	19.127.472	23.226.216	24.592.464	25.958.712	27.324.960
Total Servicios Públicos			24.617.639	29.892.848	31.651.250	33.409.653	35.168.056

Fuente: elaboración propia.

Otros costos necesarios para la operación como personal directo y arrendamiento de lote para el pastoreo de los animales se detalla a continuación.

Tabla 30.

Otros Gastos

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	UNIDAD POR HOGAR MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Químicos Piscina	Unidad	300.000	3.600.000	3.725.568	3.726.720	3.728.520	3.729.960
Elementos de aseo	Unidad	300.000	3.600.000	3.725.568	3.726.720	3.728.520	3.729.960
Servicio de aseo	Persona	1	14.592.000	15.100.969	15.105.638	15.112.934	15.118.771
Servicio de mantenimiento y vigilancia	Persona	1	14.592.000	15.100.969	15.105.638	15.112.934	15.118.771
Contador	Persona	1	1.200.000	2.483.712	2.484.480	2.485.680	2.486.640
Administrador	Persona	1	18.240.000	18.876.211	18.882.048	18.891.168	18.898.464
Seguros	Unidad	1	1.200.000	1.242.240	1.286.588	1.333.034	1.381.423
Arrendamiento lote	m2	145	5.220.000	5.402.074	5.403.744	5.406.354	5.408.442
Total otros gastos			62.244.000	65.657.311	65.721.577	65.799.145	65.872.431
Total General			86.861.639	95.550.158	97.372.827	99.208.798	101.040.487

Fuente: elaboración propia.

7.3.4 Gastos de venta

En este apartado se incluyen los gastos que tienen relación directa con la venta o necesarios para lograr dar a conocer el servicio que ofertamos. En este caso se tendrán los gastos de publicidad y mercadeo con un costo anual.

Tabla 31.**Gastos de Venta**

Medios	Tarifa/ Evento	Eventos	Duración	Total
Redes Sociales	1.000	1.000	60 días	1.000.000
Internet	10.000		60 días	600.000
Aviso revistas	400.000	3	3 Ediciones	1.200.000
Pendones	100.000	5	Permanente	500.000
Radio	200	5000	200 días	1.000.000
Total				4.300.000

Fuente: elaboración propia.

7.3.5 Depreciaciones

Aquí se hace referencia al desgaste que sufren los activos con el uso del bien. Se utilizara el método de línea recta para este cálculo.

Tabla 32.**Depreciaciones**

Activo	Valor Inversión	Años a depreciar	Valor por año
Edificaciones	327.945.000	30	10.931.500
Equipo de computo	2.647.800	3	882.600
Muebles y Enceres	45.911.060	10	4.591.106
Vehículos	2.880.000	2	1.440.000
Total general	379.383.860		17.845.206

Fuente: elaboración propia.

7.3.6 Amortizaciones

Se realiza amortización de seguros todo riesgo en el año con prórroga anualizada, con un incremento anual al IPC del año inmediatamente anterior.

El seguro contempla la protección sobre dos tipos de bienes:

1. Edificación: Entendido como el conjunto de construcción.
2. Ajuar: Que incluye los bienes muebles de la finca, la ropa y objetos personales de los clientes a efectos de un posible robo, los víveres y las provisiones.

7.4 Horizonte de evaluación y valor de recuperación

7.4.1 Horizonte

El horizonte de evaluación del proyecto es de 10 (diez) años.

7.4.2 Recuperación de activos

Se estima la recuperación de los activos en 10 años con un valor comercial de \$1.000 millones, dejando como resultado un valor de desecho de \$758 millones.

Tabla 33.

Recuperación de activos

Valor de Desecho	
Valor comercial muebles y enseres	1.000.000.000
Valor libros Edificación	218.630.000
Valor libros muebles y enseres	-
Valor libros terreno	140.000.000
Valor libros semovientes	14.881.000
Utilidad antes de impuestos	626.489.000
Impuestos	241.198.265
Utilidad despues de impuestos	385.290.735
Valores en libros	373.511.000
Valor de desecho	\$ 758.801.735

Fuente: elaboración propia.

7.5. Factibilidad financiera

Se analizará la viabilidad económica del proyecto y sus necesidades en el horizonte de 10 años.

7.5.1. Flujo de caja libre del proyecto

El flujo de caja libre nos indica los recursos que demanda el proyecto y si requiere apalancamiento financiero para hacerlo viable o factible en el horizonte del tiempo planteado.

Tabla 34.

Flujo de caja libre

CONCEPTO	Año 0	Año	FCL	FCL ajustado	Faltante
FCL	-564.109.757	0	-564.109.757	-564.109.757	564.109.757
VPN	685.246.942	1	213.552.673	184.097.132	380.012.625
Rentabilidad	25,60%	2	358.791.393	266.640.453	113.372.172
PR	-11,81	3	214.884.216	137.667.222	-24.295.050
Costo de oportunidad	16,00%	4	237.661.675	131.258.427	-155.553.477
		5	262.624.980	125.039.171	-280.592.648
		6	265.513.189	108.977.832	-389.570.480
		7	277.164.465	98.068.972	-487.639.453
		8	289.233.716	88.223.646	-575.863.099
		9	301.741.080	79.343.716	-655.206.815
		10	132.520.070	30.040.127	
				\$ 685.246.942	
PR					-11,81

Años

Fuente: elaboración propia.

7.5.2. Criterios de evaluación (VPN; Rentabilidad (TIRM) y periodo de repago); de acuerdo a un costo de oportunidad.

Tabla 35.**Criterios de evaluación**

Indicadores flujo del Accionista		Comentarios
TIO	16%	
VPN	\$ 685.246.942,46	
B/C	\$ 2,21	
		Por cada peso invertido gana \$2,21 de ingreso
SNU	\$ 209.280.844,95	El negocio es factible, recupera la inversión, obtiene la rentabilidad esperada y genera un beneficio de anual de \$209 mill.
TIR EA	44,73%	Es factible porque la rentabilidad del dinero que permanece en el proyecto es mayor que la TIO.
TIRMEA	25,60%	Es factible, los excedentes si los puedes invertir en otro proyecto de oportunidad y la mezcla le dara una rentabilidad total del 25,60% que seria la media.

Fuente: elaboración propia.

La rentabilidad arrojada por el proyecto es de 25,60% superior a la tasa de oportunidad esperada por el inversionista del 16%, con un periodo de recuperación de la inversión al 11.81 año y contemplando su venta sobre un valor comercial de \$1.000 millones en el décimo año.

Los flujos descontados reflejan un valor presente neto de \$685 millones.

7.5.3 Análisis de sensibilidad (variables críticas; punto de equilibrio dinámico y escenarios)

Se realiza una sensibilidad al modelo con un incremento en precios a partir del 6 año correspondiente al IPC + 1 punto hasta los diez años de evaluación, obteniendo el siguiente resultado.

Tabla 36.

Criterios de Evaluación a 10 años

CONCEPTO	Año 0	Año	FCL	FCL ajustado	Faltante
FCL	-564.109.757	0	-564.109.757	-564.109.757	564.109.757
VPN	700.088.170	1	213.552.673	184.097.132	380.012.625
Rentabilidad	25,75%	2	358.791.393	266.640.453	113.372.172
PR	-10,80	3	214.884.216	137.667.222	-24.295.050
Costo de oportunidad	16,00%	4	237.661.675	131.258.427	-155.553.477
		5	262.624.980	125.039.171	-280.592.648
		6	270.391.207	110.979.977	-391.572.625
		7	285.445.389	100.999.008	-492.571.633
		8	301.190.427	91.870.747	-584.442.380
		9	317.663.280	83.530.506	-667.972.886
		10	141.674.487	32.115.283	
				\$ 700.088.170	
PR					-10,80

Años

Fuente: elaboración propia.

La rentabilidad del proyecto aumenta a 25,75% igual supera el costo de oportunidad del 16%, y contemplando su venta sobre un valor comercial de \$1.000 millones en el décimo año.

7.6 Viabilidad financiera

7.6.1 Fuentes de financiación y estructura de capital

La estructura de capital está compuesta por dos socios con aportes iguales y equivalentes a un trimestre de los egresos operativos del primer año, correspondiente al 30% de la inversión inicial.

Tabla 37.

Financiación Inicial

Total Capital social	28.584.897
Nelsy Rocío Jiménez	14.292.449
María Emilce Nieto	14.292.449

Fuente: elaboración propia.

Y se contempla una financiación con entidades financieras equivalente al 70% de los activos.

Tabla 38.

Financiación Entidad Financiera

Activo	Valor Inversión
Edificaciones	327.945.000
Equipo de computo	2.647.800
Muebles y Enceres	45.911.060
Terreno	140.000.000
Vehículos	2.880.000
Semovientes	14.881.000
Intangible	1.260.000
Total general	535.524.860
Financiación 70%	374.867.402

Fuente: elaboración propia.

7.6.2 Flujo de caja del pasivo

Se estima financiación con las siguientes condiciones:

CAPITAL	\$374.867.402
PLAZO	10 Años
TASA	15% E.A
CUOTAS A CAPITAL FIJAS	\$37.486.740

Con la siguiente tabla de amortización.

Tabla 39.

Tabla de Amortización del Crédito a 10 años

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	374.867.402	374.867.402	337.380.662	299.893.922	262.407.181	224.920.441
Intereses		56.230.110	50.607.099	44.984.088	39.361.077	33.738.066
Abono capital		37.486.740	37.486.740	37.486.740	37.486.740	37.486.740
Cuota		93.716.851	88.093.839	82.470.828	76.847.817	71.224.806
Saldo final	374.867.402	337.380.662	299.893.922	262.407.181	224.920.441	187.433.701

Periodo	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Saldo Inicial	187.433.701	149.946.961	112.460.221	74.973.480	37.486.740
Intereses	28.115.055	22.492.044	16.869.033	11.246.022	5.623.011
Abono capital	37.486.740	37.486.740	37.486.740	37.486.740	37.486.740
Cuota	65.601.795	59.978.784	54.355.773	48.732.762	43.109.751
Saldo final	149.946.961	112.460.221	74.973.480	37.486.740	0

Fuente: elaboración propia.

7.6.3 Flujo de caja de los accionistas

El escenario en el horizonte del tiempo de los 10 años su información de resultados es:

Tabla 40.

Estado de Resultados

Estado de Resultados										
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5
Ingresos netos	330.304.000	407.693.046	444.772.707	484.191.379	526.060.778	550.034.802	575.104.936	601.321.425	628.736.822	657.406.097
Costo de Operación	- 23.177.950	- 23.986.397	- 24.830.718	- 25.717.175	- 26.645.565	- 27.612.799	- 28.615.143	- 29.653.873	- 30.730.309	- 31.845.819
Utilidad Bruta	307.126.050	383.706.649	419.941.989	458.474.204	499.415.213	522.422.004	546.489.793	571.667.552	598.006.514	625.560.278
Gastos administrativos	- 86.861.639	- 95.550.158	- 97.372.827	- 99.208.798	- 101.040.487	- 101.103.082	- 101.155.048	- 101.208.900	- 101.264.707	- 101.322.540
Gastos de ventas	- 4.300.000	- 4.449.984	- 4.606.623	- 4.771.080	- 4.943.316	- 5.122.758	- 5.308.714	- 5.501.421	- 5.701.122	- 5.908.073
Total gastos	- 91.161.639	- 100.000.142	- 101.979.451	- 103.979.878	- 105.983.803	- 106.225.840	- 106.463.762	- 106.710.321	- 106.965.829	- 107.230.613
EBITDA	215.964.411	283.706.507	317.962.538	354.494.326	393.431.410	416.196.164	440.026.031	464.957.231	491.040.684	518.329.665
Depreciación y Amortiz.	- 19.105.206	- 17.845.206	- 16.405.206	- 15.522.606	- 15.522.606	- 15.522.606	- 15.522.606	- 15.522.606	- 15.522.606	- 15.522.606
EBIT	196.859.205	265.861.301	301.557.332	338.971.720	377.908.804	400.673.558	424.503.425	449.434.625	475.518.078	502.807.059
Gastos Financieros	- 56.230.110	- 50.607.099	- 44.984.088	- 39.361.077	- 33.738.066	- 28.115.055	- 22.492.044	- 16.869.033	- 11.246.022	- 5.623.011
Utilidad Antes de Impuestos	140.629.095	215.254.201	256.573.244	299.610.643	344.170.738	372.558.503	402.011.381	432.565.592	464.272.056	497.184.048
Impuestos	- 54.142.201	- 82.872.868	- 98.780.699	- 115.350.098	- 132.505.734	- 143.435.024	- 154.774.382	- 166.537.753	- 178.744.742	- 191.415.859
Utilidad neta	86.486.893	132.381.334	157.792.545	184.260.546	211.665.004	229.123.479	247.236.999	266.027.839	285.527.315	305.768.190

Fuente: elaboración propia.

Tabla 41.

Indicadores financieros

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5	Año 5
Gastos / Ventas	28%	25%	23%	21%	20%	19%	19%	18%	17%	16%
Margen Utilidad técnica %	93%	94%	94%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Margen Ebitda	65%	70%	71%	73%	75%	76%	77%	77%	78%	79%
Margen operativo	43%	53%	58%	62%	65%	68%	70%	72%	74%	76%
Margen neto	26%	32%	35%	38%	40%	42%	43%	44%	45%	47%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 42.

Flujo de Caja Libre a 10 años escenario 1

CONCEPTO	Año 0	Año	FCL	FCL ajustado	Faltante
FCL	-203.299.883	0	-203.299.883	-203.299.883	203.299.883
VPN	630.932.097	1	121.241.576	104.518.600	98.781.283
Rentabilidad	33,59%	2	25.742.813	19.131.104	79.650.180
PR	8,45	3	61.582.103	39.453.047	40.197.133
Costo de oportunidad	16,00%	4	106.524.926	58.832.768	-18.635.636
		5	154.251.909	73.441.342	-92.076.977
		6	180.444.602	74.062.089	-166.139.067
		7	209.019.023	73.957.103	-240.096.169
		8	238.235.365	72.667.851	-312.764.020
		9	268.104.029	70.498.753	-383.262.774
		10	1.092.577.139	247.669.323	-630.932.097
				630.932.097	
			PR		8,45

Años

Fuente: elaboración propia.

El Flujo de caja del inversionista presenta un valor presente neto de \$631 millones, logrando cancelar la deuda y con una tasa interna de retorno de 33,59%, en un periodo de retorno equivalente a 8.45 años, vendiendo al 10 año sobre \$1.000 millones de pesos.

Se realiza un modelo de sensibilidad en el precio incrementando IPC + 1% a partir del 6 año en un horizonte de 10 años arrojando el siguiente resultado:

Tabla 43.

Flujo de Caja Libre a 10 años Escenario 2

CONCEPTO	Año 0	Año	FCL	FCL ajustado	Faltante
FCL	-203.299.883	0	-203.299.883	-203.299.883	203.299.883
VPN	653.662.760	1	121.241.576	104.518.600	98.781.283
Rentabilidad	33,95%	2	25.742.813	19.131.104	79.650.180
PR	8,43	3	61.582.103	39.453.047	40.197.133
Costo de oportunidad	16,00%	4	106.524.926	58.832.768	-18.635.636
		5	154.251.909	73.441.342	-92.076.977
		6	185.322.620	76.064.234	-168.141.212
		7	219.177.983	77.551.643	-245.692.854
		8	254.103.275	77.507.968	-323.200.822
		9	290.135.375	76.291.961	-399.492.783
		10	1.121.254.350	254.169.976	-653.662.760
				653.662.760	
				PR	8,43

Fuente: elaboración propia.

El Flujo de caja del inversionista presenta un valor presente neto de \$654 millones, logrando cancelar la deuda y con una tasa interna de retorno de 33,95%, en un periodo de retorno equivalente a 8,43 años, vendiendo al año 10 sobre \$1.000 millones de pesos.

7.6.4. Criterios de evaluación (del flujo de caja de los inversionistas)

Tabla 44.

Indicadores Flujo del Accionista

Indicadores flujo del Accionista		Comentarios
TIO	16%	
VPN	\$ 653.662.759,65	
B/C	\$ 4,22	Cada peso invertido genera un beneficio de \$4.22 de ingreso
SNU	\$ 199.634.739,21	El negocio es factible, recupera la inversión obtiene la rentabilidad esperada y un beneficio anual de \$199 mill
TIR EA	52,67%	Es factible porque la rentabilidad del dinero que permanece en el proyecto es mayor que la TIO, si se tiene capacidad de demanda e infraestructura reinvierte en el proyecto
TIRMEA	33,95%	Es factible y los excedentes los pueden reinvertir en este proyecto de oportunidad y la mezcla le dara una rentabilidad media del 33.95%

Fuente: elaboración propia.

8 Implementación

8.1 Alcance

El proyecto se desarrollará en 3 etapas, la primera etapa se realizaran las gestiones para la consecución de los recursos para desarrollar el proyecto; en la segunda etapa se realizaran los trámites correspondientes para estudio de suelos, licencias de construcción, licencia de funcionamiento y la tercera la construcción, adecuación y puesta en marcha de la finca ecoturística.

8.2 Tiempo de Ejecución

ACTIVIDADES	MESES											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Inicio												
Revisión de estudios												
Construcción del Proyecto												
Planeación												
Selección de Proveedores												
Compras y Adquisiciones												
Compra de Lote												
Diseño												
Contratación de Arquitecto												
Definición de Estructura												
Aprobación de Acabados												
Gestión de Permisos y Licencias												
Implementación												
Adecuación Terreno												
Construcción de infraestructura												
Acabados de la Finca												
Registro Mercantil												
Funcionamiento												
Cierre de Proyecto												

Ilustración 6. Tiempo de Ejecución del Proyecto. Fuente: Los Autores

El proyecto se estima implementarlo en doce meses para realizar la construcción y adecuación de la finca Ecoturística el Descanso.

8.3 Costo

El costo del proyecto incluye todos los insumos y activos tangibles e intangibles para poner en condiciones de utilización la finca. Establecido de acuerdo al análisis financiero en \$564 millones.

Tabla 44.
Costo del Proyecto

Activo	Valor Inversión
Edificaciones	327.945.000
Equipo de computo	2.647.800
Muebles y Enseres	45.911.060
Terreno	140.000.000
Vehículos	2.880.000
Semovientes	14.881.000
Capital de Trabajo	28.584.897
Total general	564.109.757

CONCLUSIONES

El sector turístico en Colombia ha venido teniendo un alza significativa puesto que la última década ha venido mejorando la seguridad del país. Colombia a pesar de su realidad social tiene una tendencia de destino turístico a nivel internacional gracias a proyectos como “*Colombia es pasión*” entre otros, donde hay un fomento constante, tanto como para la inversión de capitales, como el incentivo al turismo.

La finca ecoturística el Descanso es un proyecto que surgió de la necesidad de brindarle al turista tanto nacional como extranjero un lugar con ambiente campestre en donde se pueda hospedar en corto tiempo en la ciudad de Carmen de Apicalá con la posibilidad de estar rodeado de hermosa fauna y clima excepcional.

La finca ecoturística contará con precio accesible, dirigido a estrato medio, medio bajo, medio alto, comodidad y confort en nuestras instalaciones, para satisfacción del cliente y lograr la fidelidad y que recomienden a otros turistas la finca.

La finca eco-turística el Descanso por ser una Sociedad Anónima Simplificada permite tener flexibilidad en la toma de decisiones, realizar cambios en los estatutos sin mayor complicación, y algo de suma importancia para los accionistas, con respecto a que responden únicamente con los montos de sus aportes a capital de la razón social, es decir, que en caso de quiebra de la empresa, los accionistas no se ven obligados a responder con sus bienes propios como parte de pago.

También como se muestra en el análisis financiero, el proyecto tiene una tasa interna de retorno del flujo de caja libre de 33,95%, y como se ve plasmado en la evaluación financiera del proyecto se demuestra generación de riqueza mediante el pago de sus deudas a los accionistas y acreedores, que es una de las principales razones financieras de los estudios, debido a que una empresa para generar una rentabilidad debe primero pagar sus deudas ya sean internas (accionistas) o externas (acreedores). Así como también se agregó y se muestra el valor presente neto del proyecto: \$653.662.760 después de la proyección a diez años. Además del valor terminal del proyecto, en el cual simboliza el precio de venta para el decimo año, tomando en cuenta que el proyecto seguirá generando flujos más allá de sus proyecciones, suponiendo perpetuidad en el mismo, se define el valor terminal del proyecto en \$1.000.000.000.

Es importante mencionar que la empresa no solamente colaborará con el desarrollo económico del municipio de Carmen de Apicalá – Tolima. Pues generará nuevos empleos y aportará al crecimiento económico de la región. También tendrá un aporte significativo a la sociedad, al promover la responsabilidad ambiental a través de la capacitación tanto de los trabajadores como de los huéspedes, inculcar conciencia sobre el cuidado de nuestro ecosistema a nivel nacional.

En conclusión, después de realizar el plan de negocios y haber analizado las diferentes variables implícitas del proyecto planteado por los socios María Emilce Nieto y Nelsy Rocío Jiménez, se puede concluir que la finca eco-turística El Descanso, es un proyecto viable para su realización puesto que existe retorno a la inversión, con rentabilidad superior

a la esperada por los accionistas. Es una inversión de bajo riesgo con tendencia a valorizarse en el tiempo gracias al desarrollo turístico del país.

REFERENCIAS

- ABC Definiciones. (2015). *Relaciones Laborales*. Recuperado el 01 de 10 de 2017, de ABC definiciones: www.definicionabc.com/social/relaciones-laborales
- Alcaldía Municipal de Ibagué. (24 de 06 de 2016). *Alcaldía Municipal de Ibagué*. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de <http://www.ibague.gov.co>
- Apicala, C. M. (2012).
- Banco de Bogotá. (08 de 2017). *Banco de Bogotá*. Recuperado el 07 de 09 de 2017, de www.bancodebogota.com.co
- Banco de la República. (08 de 2017). *Banco de la República*. Recuperado el 09 de 2017, de www.banrep.gov.co
- Camara de Comercio de Ibague. (10 de 2017). *Camara de Comercio de Ibague*. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de <http://www.ccibague.org/>
- Chamberlin, E. (1933). *The theory of monopolistic competition*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Colasistencia. (Octubre de 2017). <http://colasistencia.net/colasistencia-hotelero>.
- Concejo Municipal Carmen de Apicalá. (06 de 06 de 2012). *Plan de desarrollo Carmén de Apicalá 2012-2015*. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de Carmen de apicalá - Tolima.gov: <http://carmendeapicala-tolima.gov.co/apc-aa-files/34666233643030303838663538333633/plan-de-desarrollo-carmen-de-apicala.pdf>
- DANE. (2008). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2007*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de DANE.gov.co: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-2007-bogota>
- El Espectador. (11 de 08 de 2017). *Ocupación Hotelera llegó a 51,1% en junio de 2017*. Recuperado el 02 de 10 de 2017, de El Espectador: <https://www.elespectador.com/economia/ocupacion-hotelera-llego-551-en-junio-de-2017-articulo-707547>
- Escolme. (s.f.). *EL MINISTERIO DE INDUSTRIA Y EL TURISMO*. Recuperado el 09 de 10 de 2017, de Escolme.edu.co: http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/legisla_turistica/apoyo_u2.pdf
- Gobernación del Tolima. (31 de 10 de 2012). *Trámites y servicios*. Recuperado el 26 de 09 de 2017, de Gobernacion de Tolima: <http://www.tolima.gov.co/publicaciones/2874>

- Gobernación del Tolima. (2015). *Secretaría de planeación y TIC*. Recuperado el 12 de 09 de 2017, de Tolima.gov.co: <http://www.tolima.gov.co/publicaciones/320/secretaria-de-planeacion-y-tic>
- Granados, S. D. (s.f.). *Colombia Destino Turístico de Clase Mundial*. Obtenido de Ministerio de Comercio Industria y Comercio : <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=63177&name=MCIT-Encuentro de Autoridades-2012.pdf&prefijo=file>
- Grupo Bancolombia. (08 de 2017). *Grupo Bancolombia*. Recuperado el 07 de 09 de 2017, de www.grupobancolombia.com.co
- Mincomercio Industria y Turismo. (12 de 08 de 2017). *Ocupación hotelera de junio es la más alta de los últimos 10 años*. Recuperado el 12 de 10 de 2017, de Mincomercio Industria y Turismo: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/38858/ocupacion_hotelera_de_junio_es_la_mas_alta_de_los_ultimos_10_anos
- Mincomercio, industria y turismo. (01 de 04 de 2015). *Informe Turismo Enero 2015*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de Mincomercio, industria y turismo: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=73714&name=informe_turismo_enero2015.pdf&prefijo=file
- Montas, F. (25 de 09 de 2008). *Historia de la Hotelería*. Recuperado el 25 de 08 de 2017, de Monografías.com: <http://www.monografias.com/trabajos62/historia-hoteleria/historia-hoteleria.shtml>
- OMT. (2008). *Entender el turismo, glosario básico*. Recuperado el 01 de 10 de 2017, de Organización Mundial del Turismo: <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysp.pdf>
- Presidencia de la República. (1 de 03 de 2017). *Datos clave de la industria turística en Colombia*. Recuperado el 24 de 09 de 2017, de Presidencia de la República: <http://es.presidencia.gov.co/noticia/170301-Datos-clave-de-la-industria-turistica-en-Colombia>
- Revista Dinero. (06 de 12 de 2015). *Crecimiento económico: cuáles sectores ganan, pierden y quedan igual*. Recuperado el 23 de 09 de 2017, de Revista Dinero: <http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-del-producto-interno-bruto-colombia-primer-trimestre-2015/209538>
- Revista Portafolio. (04 de 04 de 2016). *‘Colombia tiene una gran oportunidad en turismo’*. Recuperado el 03 de 10 de 2017, de Revista Portafolio: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombia-gran-oportunidad-turismo-493499>
- Secretaría de Planeación y Tic. (2015). Recuperado el 21 de 06 de 2017, de Tolima.gov: www.tolima.gov.co/descargar.php?idFile=2479

- Secretaría Distrital de Planeación. (2009). *Conociendo la Localidad de Tunjuelito*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de sdp.gov.co:
<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%206%20Tunjuelito/Monograf%EDa/06%20Localidad%20de%20Tunjuelito.pdf>
- Zuñiga, A. (27 de 07 de 2015). *Analisis de la investigación y desarrollo turistico en Colombia*. Recuperado el 13 de 10 de 2017, de Revista Espacios:
<http://www.revistaespacios.com/a15v36n18/15361809.html>